

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

LA MOTIVACIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA
CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA CONCEL S.A.C.,
CAJAMARCA, 2022.

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN

Presentado por:

Bach. **IRVING DENKER SÁNCHEZ MÁRQUEZ**

Asesor:

Dr. **ALEJANDRO VÁSQUEZ RUIZ**

Cajamarca-Perú.

2023



UNIDAD DE INVESTIGACIÓN
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
Norte de la Universidad Peruana
Fundada por Ley 14015 del 13 de febrero de 1962
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES
Y ADMINISTRATIVAS**
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



"Año de fortalecimiento de la Soberanía Nacional"

El Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca- UI-FCECA-UNC- Dr JUAN JOSÉ JULIO VERA ABANTO, emite el siguiente

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD DE TESIS

CARRERA PROFESIONAL	Administración
DOCUMENTO EVALUADO	Tesis de Pregrado
AUTOR	Bach. Irving Denker Sánchez Márquez
TÍTULO	La motivación laboral y su relación con la calidad del servicio en la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca, 2022.
DOCENTE EVALUADOR	Dr. Alejandro Vásquez Rulz
PORCENTAJE DE SIMILITUD	15%

Observación:

La evaluación ha sido realizada por el docente asesor de la tesis mencionada, aplicando el software anti plagio Original - URKUND en cumplimiento de la Directiva N° 001-2020-VRI-UNC y Guía de aplicación de la misma aprobado por Resolución de Consejo de Facultad N° 035-2021-F-CECA-UNC, a las que me remito en caso necesario.

CONCLUSIÓN La tesis antes indicada, cumple con el **REQUISITO DE ORIGINALIDAD** correspondiente, de acuerdo con las normas antes señaladas.

OBSERVACIONES: Ninguna.

Cajamarca 13 de octubre de 2022



UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
UNIDAD DE INVESTIGACIÓN

Dr. Juan José J. Vera Abanto
DIRECTOR

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS

LA MOTIVACIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA
CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA CONCEL S.A.C.,
CAJAMARCA, 2022.

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN
ADMINISTRACIÓN

Presentado por:

Bach. **IRVING DENKER SÁNCHEZ MÁRQUEZ**

Asesor:

Dr. **ALEJANDRO VÁSQUEZ RUIZ**

Cajamarca-Perú.

2023

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS

El asesor y los miembros del Jurado Evaluador designados según Resolución De Decanato N° xxxxxxxxx-F-CECA-UNC, aprueban la tesis desarrollada por el Bachiller Irving Denker Sánchez Márquez, denominada: LA MOTIVACIÓN LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA CONCEL S.A.C., CAJAMARCA, 2022.

.....
Nombres y apellidos del Presidente

.....
Nombres y apellidos del secretario

.....
Nombres y apellidos del Vocal

.....
Nombres y apellidos del Asesor

DEDICATORIA

A Dios por guiarme en el camino de la vida y por darme la oportunidad de vivir y lograr mi formación profesional,

A mi familia en especial a mis padres quienes, con su amor, sacrificio y su apoyo constante, me enseñaron a ser persistente en el logro de mis objetivos, te agradezco de todo corazón el que esté a mi lado siempre

El autor

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Nacional de Cajamarca, por la oportunidad de estudiar una Carrera en la Escuela Académico Profesional de Administración en la Facultad de Ciencias Económicas Contables y Administrativas.

Mi sincero agradecimiento a mi Asesor el Dr. Alejandro Vásquez Ruiz, responsable en darme, la motivación, la comprensión y la paciencia para la culminación de la tesis.

A mis padres un profundo agradecimiento por el apoyo económico y moral a lo largo de toda mi vida y por el apoyo y motivación para mi formación académica, creyendo en mi capacidad en todo momento.

A mi esposa y mi hijo que son mi fuente de inspiración.

También a todas aquellas terceras personas que participaron en la obtención de datos para la realización de la investigación.

A todos los docentes a quienes debo los conocimientos, gracias a su paciencia y enseñanza.

El autor

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA EXTERNA	i
HOJA DE RESPETO	ii
CARÁTULA EXTERNA	iii
ACTA DE APROBACIÓN DE TESIS	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	xiv
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	15
1.1. Descripción de la realidad problemática	15
1.2. Formulación del problema	16
1.2.1. Pregunta principal	16
1.2.2. Preguntas específicas	16
1.3. Objetivo general	17
1.4. Objetivos específicos	17
1.5. Justificación e importancia	17
1.5.1. Justificación teórica	17
1.5.2. Justificación práctica	18
1.5.3. Justificación académica	18

1.6. Limitaciones de la investigación	18
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	19
2.1. Antecedentes	19
2.1.1. Antecedentes Internacionales	19
2.1.2. Antecedentes Nacionales	23
2.1.3. Antecedentes Locales	27
2.2. Bases teóricas	28
2.3. Definición de términos básicos	37
CAPÍTULO III: HIPÓTESIS Y VARIABLES	39
3.1. Hipótesis general	39
3.2. Hipótesis específicas	39
3.3. Variables	39
3.4. Operacionalización de las variables	40
CAPÍTULO IV: METODOLOGÍA	42
4.1. Tipo y nivel de la investigación	42
4.2. Diseño de investigación	42
4.3. Población	43
4.4. Muestra	43
4.5. Unidad de análisis	43
4.6. Unidad de observación	43
4.7. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación	43
CAPÍTULO V: RESULTADOS Y DISCUSIÓN	45
5.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados	45
5.1.1. Análisis, interpretación de resultados	45
5.1.2. Discusión de resultados	54
5.2. Contrastación de hipótesis	61

CONCLUSIONES	64
RECOMENDACIONES	65
REFERENCIAS	67
APÉNDICES	68
Apéndice 1. Matriz de consistencia metodológica	69
Apéndice 2. Cuestionario de motivación laboral	71
Apéndice 3. Cuestionario de calidad de servicio	72
ANEXOS	74
Apéndice 4. Tabla de valores Coeficiente de correlación de Pearson	75

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de las variables	40
Tabla 2	Escala de valoración de motivación laboral	44
Tabla 3	Escala de valoración de calidad de servicio	44
Tabla 4	Motivación laboral en general	45
Tabla 5	Factores extrínsecos	46
Tabla 6	Factores intrínsecos	47
Tabla 7	Calidad de servicio en general	48
Tabla 8	Fiabilidad	49
Tabla 9	Capacidad de respuesta	50
Tabla 10	Seguridad	51
Tabla 11	Empatía	52
Tabla 12	Elementos tangibles	53
Tabla 13	Prueba de Normalidad de Kolmogorov y Smirnov	62
Tabla 14	Correlación de Pearson entre variables	62
Tabla 15	Correlación de Pearson factores extrínsecos y calidad de servicio	63
Tabla 16	Correlación de Pearson factores extrínsecos y calidad de servicio	63

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 4	Motivación laboral en general	45
Figura 5	Factores extrínsecos	46
Figura 6	Factores intrínsecos	47
Figura 7	Calidad de servicio en general	48
Figura 8	Fiabilidad	49
Figura 9	Capacidad de respuesta	50
Figura 10	Seguridad	51
Figura 11	Empatía	52
Figura 12	Elementos tangibles	53

RESUMEN

La investigación buscó determinar la relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022., que, a juzgar por los resultados tanto la motivación laboral como la calidad de servicio son calificados como "regular".

La investigación, es de tipo aplicada y para su desarrollo empleó el método inductivo y deductivo. Asimismo, utilizó el instrumento del cuestionario y la técnica de la encuesta que se aplicó a la población muestral de 10 colaboradores para motivación laboral y de 10 clientes para la calidad de servicio.

Los principales resultados de la investigación encontraron por el valor de Pearson de 0,871, a mayor motivación del personal mayor será la calidad de servicio de la empresa. El valor rho de Pearson significa que existe una correlación significativa alta entre la motivación laboral y la calidad de servicio en la empresa CONCEL S.A.C. Los factores extrínsecos se relación significativa y directamente con la calidad de servicio, porque el valor rho de Pearson es de 0,728, asimismo los factores intrínsecos tiene una relación significativa moderada con la calidad de servicio porque el valor rho de Pearson es de 0,642.

Palabras clave: Motivación laboral, calidad de servicio, expectativas, percepciones, satisfacción.

ABSTRACT

The research sought to determine the relationship between work motivation and service quality of the company CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022., which, judging by the results, both work motivation and service quality are rated as "regular".

The research is of an applied type and for its development the inductive and deductive method was used. Likewise, it used the questionnaire instrument and the survey technique that was applied to the sample population of 10 employees for work motivation and 10 clients for service quality.

The main results of the investigation found for the Pearson value of 0.871, the greater the motivation of the staff, the greater the quality of service of the company. Pearson's rho value means that there is a significant high correlation between work motivation and service quality in the company CONCEL S.A.C.

The extrinsic factors are significantly and directly related to the quality of service, because the Pearson rho value is 0.728, likewise the intrinsic factors have a moderate significant relationship with the quality of service because the Pearson rho value is 0.642.

Keywords: Work motivation, service quality, expectations, perceptions, satisfaction.

INTRODUCCIÓN

Una empresa debe siempre buscar contar con colaboradores idóneos porque es la única forma de tener un mejor desarrollo de su trabajo y por ende una mejor calidad en servicio que coadyuve a una mejor imagen corporativa y un franco crecimiento y desarrollo empresarial, para lo cual desarrolló la investigación mediante los siguientes capítulos:

Capítulo I: Introducción. En este capítulo se describe la realidad problemática, se formula el problema, los objetivos, la justificación, importancia y las limitaciones de la investigación.

Capítulo II: Se desarrolla el marco teórico o referencia, describiéndose los antecedentes, las bases teóricas, las bases conceptuales y la definición de términos básicos.

Capítulo III: Se desarrolla las hipótesis y variables, describiéndose la hipótesis general, las hipótesis específicas, las variables y la operacionalización de las variables.

Capítulo IV: Se desarrolla la metodología, describiéndose el tipo, diseño, población, muestra, la unidad de análisis, unidad de observación, métodos, técnicas, e instrumentos de recolección de datos, así como las técnicas de procesamiento y análisis de información.

Capítulo V: Se desarrolla el análisis, interpretación y discusión de resultados.

Finalmente se esquematizan las conclusiones, recomendaciones, las referencias bibliográficas y se presentan los apéndices correspondientes.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la realidad problemática

Hoy en día las empresas buscan ser más productivas y consecuentemente más competitivas, mediante el mejor desarrollo de sus actividades y la mejor atención a sus clientes. En este contexto enfatizan en sus recursos materiales y tecnológicos, con una omisión en este propósito de la preocupación por el recurso humano que es el elemento que finalmente dinamiza al resto de recursos empresariales.

La motivación del personal en su centro de trabajo entendida como el estado emocional que manifiestan los colaboradores en su centro laboral como consecuencia de los factores extrínsecos e intrínsecos que se manifiestan tanto por parte de la empresa como del personal.

Asimismo, la calidad de servicio se refiere a una cualidad de excelencia relacionada con el cumplimiento de las expectativas de los clientes ante el producto que oferta la empresa.

A pesar de la importancia de estas variables, las empresas en general no se concientizan de su valía y se exponen a los efectos negativos que se derivan, como son: ineficacia, ineficiencia, productividad baja, pérdida de posicionamiento en el mercado elegido, desmotivación que afecta el desempeño organizacional.

La empresa CONCEL S.A.C. de Cajamarca, dedicada a la construcción, consultoría, arquitectura e ingeniería, rehabilitación, mantenimiento y mejoramiento de diferentes tipos de obras de infraestructura como: obras viales, de urbanismo, hidráulicas, de saneamiento, edificaciones en general y minería superficial y subterránea, así como el alquiler de maquinarias y equipos y laboratorio de mecánica de suelos y concreto, el cual implica el cumplimiento de expedientes técnico con un énfasis en los lineamientos de la gestión de la calidad .

La empresa tiene algunas falencias administrativas; como son; el desánimo cotidiano, débiles relaciones interpersonales producto de un estilo de dirección autoritario, bajos niveles salariales y condiciones laborales que se manifiestan en ineficiencia, baja productividad y consecuente falta de competitividad en el sector, que afecta a la calidad de servicio y que ocasiona algunos reclamos de los clientes que perjudican que afecta a la imagen corporativa.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Pregunta principal

¿Cuál es la relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022?

1.2.1. Preguntas específicas

- ¿Cuál es la relación entre la dimensión factores extrínsecos de la motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022?

- ¿Cuál es la relación entre la dimensión factores intrínsecos de la motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar la relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

- Establecer la relación entre la dimensión factores extrínsecos de la motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022.
- Establecer la relación entre la dimensión factores intrínsecos de la motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022.

1.4. Justificación

1.4.1. Justificación teórica-científica

La investigación permitirá contribuir al incremento y precisión del conocimiento científico respecto a la motivación laboral y la calidad de servicio; lo cual servirá para mejorar la discusión de la comunidad científica.

Asimismo, servirán los resultados como estudio previo para otras investigaciones en esta temática.

1.4.2. Justificación práctica

La investigación permitirá concientizar a la gerencia en cuanto a la motivación laboral de los colaboradores, con lo cual se mejorará la calidad de servicio tanto a los clientes de la empresa CONCEL S.A.C., cuyos resultados le servirá como base para elegir estrategias adecuadas para mejorar motivación y por ende de la calidad de servicio a los clientes.

1.4.3. Justificación académica

La investigación permitirá el afianzamiento y precisamiento de mis saberes adquiridos respecto a la motivación laboral y la calidad de servicio y para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración en la Escuela Académico Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca.

1.5. Limitaciones de la investigación

La investigación definitivamente enfrentó restricciones sociales, para el recojo de la información debido a que los colaboradores se encontraban desarrollando sus labores y los clientes se encontraban en sus quehaceres cotidianos y sobre todo por la sensibilidad para manifestar sus percepciones. Esto se superó, en cuanto a los trabajadores mediante a solicitud cursada al gerente de la empresa para que pueda emitir un memorándum autorizando las facilidades en responder el cuestionario y en cuanto a los clientes, mediante una solicitud verbal y personal a cada uno pidiendo el apoyo en la emisión de sus percepciones establecida en el cuestionario que iban a servir para realizar mi trabajo de investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del problema

2.1.1.A Nivel Internacional

Torres, Rodríguez y Gonzáles (2019), realizaron la investigación titulada: *Calidad del servicio ofrecido por AFP Reservas en la ciudad de Santiago en el periodo Enero - abril 2019*, de la Universidad Abierta para Adultos (UAPA), desarrollada en República Dominicana. (Tesis de maestría). La investigación, estimó analizar la calidad del servicio ofrecido por una AFP, y demostró que los clientes sienten un alto grado de confianza en el personal y el conocimiento que estos poseen en medida a los servicios que ofrece, por lo que la calidad del servicio es calificadas como alta, y se reconoce un eficiente desempeño laboral por parte de los colaboradores.

López (2018), con la tesis titulada: *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil, desarrollada en Ecuador*. (Tesis de maestría), tuvo como objetivo principal determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de un restaurante; se Concluyó la definitiva conexión entre sus variables, por otro lado, se encontró que su personal presentaba ciertas deficiencias frente al elemento motivacional, enfocada en no sentirse debidamente preparados para hacer su trabajo, por lo que fue una de las sugerencias indicadas en el trabajo, la prioridad de atención de este campo. Se sugirió también que para aumentar la rentabilidad del

restaurante es importante mantener capacitado y motivado al personal, mediante la asignación de incentivos cuando los objetivos de venta sean alcanzados. Así mismo, la importancia de contar con espacios físicos seguros que le permitan al colaborador desarrollar sus actividades con confianza y comodidad.

Montilla (2018), con la tesis titulada: *Clima organizacional y su influencia en la motivación laboral en el departamento de control de estudios del Centro de Formación Regional* de la Universidad Nacional Experimental de la Seguridad Carabobo, desarrollada en la ciudad de Valencia – Venezuela. (Tesis de maestría), tuvo como objetivo, analizar el clima organizacional y su incidencia en la motivación laboral en el departamento de control de estudios del Centro de Formación Regional de la (UNES) en Carabobo y concluyó que, las herramientas utilizada para la gerencia, son instrumentos que facilita a los directores un adecuado proceso de la administración de la empresa y aumentan la optimización de recursos, permitiendo alcanzar los logros establecidos en la búsqueda continua del más.

Muñoz (2017) en la Pontificia Universidad Católica de Ecuador, desarrolló la tesis denominada *Análisis de la calidad del servicio del hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeralda*. (Tesis de maestría) La tesis planeó analizar la calidad del servicio que brinda el personal de un establecimiento de hospedaje en Esmeraldas. Parte del diagnóstico que se hizo, arrojó como principales problemas, la deficiencia en los procedimientos de tipo administrativo del hotel, convirtiéndose en una traba para brindar atención

rápida a los huéspedes que visitan el lugar, así mismo el limitado compromiso y responsabilidad asumidos por los trabajadores, los que al entregar el servicio no le dan la relevancia debida y ello se refleja en la mala atención. La investigación propone elaborar un plan de mejora para potencializar el nivel de desempeño laboral y consecuentemente incrementar la calidad del servicio en el hotel Perla Verde de Esmeraldas, el mismo que permitirá cumplir las metas y objetivos que mantiene la organización, conminando al personal a que se mantenga comprometido y motivado en el desarrollo de la entrega del servicio con calidad total.

Santamaría (2016) en la tesis *Estrategias motivacionales y su influencia en el desempeño de los empleados del área de cocina de restaurantes turísticos del centro de Quito*. (Tesis de maestría). Universidad Tecnológica Equinoccial. La tesis tuvo como objetivo, analizar el grado de incidencia de las estrategias motivacionales en el rendimiento profesional del personal que labora en cocina de los restaurantes del centro histórico de Quito. En este trabajo se aborda, que, si bien el factor gastronómico y turístico se encuentran en importante crecimiento en la ciudad de Quito, existen problemas relacionados a la baja autoestima y alta rotación del personal que labora en el área de cocina de los restaurantes, por lo que se pretende demostrar que, al aplicar y utilizar estrategias motivacionales para el personal, el rendimiento de los empleados mejora y en consecuencia se alcanzan los objetivos de la empresa. El estudio concluye que un personal motivado a través de distintas estrategias va a ser un personal comprometido con los objetivos del negocio, los suyos propios y el ambiente será ideal. Al respecto, se recomienda que trabajen

capacitaciones para aumentar no sólo su motivación sino también sus talentos e ir formando a nuevos líderes que salgan de las diferentes áreas de la empresa, ofreciéndoles la oportunidad de escalar laboralmente, mejor aún dentro de un espacio que conocen y en el que se sienten cómodos.

Gutiérrez (2016), en la tesis titulada: *La cultura organizacional como factor que influye en la motivación laboral de los trabajadores del área operativa en una empresa de transporte aéreo*. (Tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia de Bogotá, desarrolló La tesis tuvo como objetivo el identificar el grado de influencia y la motivación laboral de los trabajadores a través del fortalecimiento de la cultura organizacional, en la búsqueda de incrementar una mayor rentabilidad como empresa en un entorno cada vez más globalizado. En este trabajo se evidencia que al promover en los trabajadores el desarrollo de conocimientos y habilidades, se puede incrementar su productividad, además de alinear y aprovecha su talento a los objetivos que la institución tiene. El estudio concluye que, al fortalecer los aspectos positivos de los trabajadores, la motivación laboral de los mismos mejora, pues realizan sus laborales con intensidad y persistencia. En tal sentido, sugiere modificar la entrega de incentivos individuales por los de grupo, premiándolos cuando alcancen metas en equipo y no sólo de manera individual. Es necesario darle énfasis al reconocimiento, esto debido a que para las personas que trabajan en estos establecimientos, este detalle es más que importante, así como, desafiarlos un poco más, al asignarles actividades cada vez más complejas y no sólo sientan la relevancia de su trabajo, sino que también lo verán reflejado en resultados que se obtengan. Con ello, se logra que no se aburran, que aprendan

cosas nuevas cada día y de alguna manera los estimulamos para que creen conocimientos o experiencias diferentes, que no sólo sumarán a la empresa sino también a ellos mismos.

Mayen (2016), en su investigación titulada *Motivación y satisfacción laboral de los obreros adventistas de la unión de Guatemala*. (Tesis de maestría). Universidad Montemorelos en la ciudad de Matamoros – México, tuvo como objetivo conocer si existe relación entre el grado de motivación y el grado de satisfacción laboral de un grupo de obreros de la Unión Adventista de Guatemala, concluyendo que sí existe relación positiva entre ambas variables y que si se realizan esfuerzos para mejorar la satisfacción laboral de los obreros, podría incrementarse también su grado de motivación, o viceversa. El investigador recomendó, crear una comisión que se encargue de la implementación y aplicación de planes y actividades que permitan tener al personal motivado y satisfecho, así mismo, velar por la creación e implementación de espacios de trabajo adecuados para el personal y brindar mayor atención a las necesidades de los colaboradores.

2.1.2.A Nivel Nacional

Baca (2020) en su tesis titulada: *Motivación laboral y calidad del servicio en un restaurant de Santa Clara - Ate Vitarte 2018*, (Tesis de maestría) Universidad César Vallejo, concluye que: la motivación laboral tiene una relación directa con la calidad del servicio del restaurant; habiéndose calculado un coeficiente de correlación Rho de Spearman 0.791, lo que representa un nivel de correlación positiva alto. En efecto, mientras más motivado se encuentre el personal, mejor será la actitud y compromiso con

el que desarrollen sus actividades laborales, lo cual definitivamente se hará tangible cuando brinden la atención a los comensales que acuden al restaurante, anticipando sus necesidades, atendiéndoles dentro de los tiempos establecidos y brindándoles asesoría en la elección de su experiencia gastronómica (alimentos y bebidas). Por otro lado, se demuestra que las expectativas del trabajador tienen relación directa con la calidad del servicio del restaurante; habiéndose calculado un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.742, lo que representa un nivel de correlación positiva moderada. Con respecto a este punto, se evidencia que si bien los colaboradores se sienten involucrados en la participación activa para el logro de los objetivos empresariales este es un aspecto el cual se debe fortalecer y trabajar más para elevar esa sensación de seguridad y comodidad en centro laboral, siendo los más beneficiados los comensales, pues el personal estará en capacidad de brindarles un mejor servicio, asumiendo cualquier responsabilidad como suya, buscando siempre la manera de ofrecer la mejor atención, porque pueden y porque están convencidos de poder hacerlo bien. Igualmente se demuestra que las condiciones laborales tienen relación directa con la calidad del servicio del restaurante; habiéndose calculado un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.678, lo que representa un nivel de relación positiva moderada. Esto demuestra que mientras que a los colaboradores se les brinde las facilidades y condiciones necesarias en el trabajo, tendrán un mejor performance durante su jornada laboral, sintiéndose seguros y estimulados para brindar atención con estándares de calidad altos a los clientes. Finalmente se demuestra que el reconocimiento laboral tiene relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa

Clara; habiéndose calculado un coeficiente de correlación Rho de Spearman 0.844, lo que representa un nivel de correlación positiva alta. Mientras más motivado este nuestro personal mejor será la atención que brinden a nuestros clientes. Es necesario siempre hacerles sentir lo importante que es su trabajo para el logro de los objetivos, es decir que cuando comprenden la significancia y reconocimiento por parte de sus compañeros o superiores demuestran total predisposición al servir a los comensales.

Epquin y Lertzundi (2018) en su tesis titulada: *Motivación y calidad de servicio de los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas – 2018. (Tesis de maestría)*, concluyen que: la correlación es de 0.4391, donde demuestra que existe una relación directa; positiva cuyo grado de relación es mediana; es decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables. Asimismo, la significatividad, es moderada, por ser la correlación de 0.4663, esto demuestra que existe una relación directa; positiva débil; es decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables. Asimismo, la significatividad, es alta porque la evidencia estadística demuestra que los resultados presentan un menor a 0.01, la relación entre la dimensión motivación de afiliación y calidad de servicio de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas existe evidencia estadística de correlación de 0.553, donde demuestra que existe una relación directa; positiva moderada; es decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables.

Asimismo, La significatividad, es alta porque la evidencia estadística demuestra que los resultados presenta un menor a 0.01.

Acero (2021) en su tesis titulada: *Motivación y calidad de servicio en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cuzco, Tacna, 2021.*, concluyen que: la Motivación Laboral se relaciona de manera directa, positiva y con alta intensidad con la Calidad de Servicio de la Caja Municipal ($p=.000$; $r=.740$), respecto a la motivación laboral según los trabajadores encuestados, que el 17.50% es insuficiente, el 55.00% moderada y el 27.50% es óptima. La alta relación implica que de variar las estrategias de motivación laboral en la empresa contribuirá con la generación de cambios importantes en la calidad de servicio en la organización financiera. La necesidad de poder se relaciona de manera positiva y significativa con la calidad de servicio de la Caja Municipal. ($p=.000$; $r=.774$). Se estableció respecto a la dimensión necesidad de Poder, que el 17.506% de trabajadores encuestados afirman que se encuentran en el nivel moderado, el 20.00% en un nivel óptimo. La necesidad de logro se relaciona de manera positiva y significativa con la calidad de servicio, en la Caja Municipal ($p=.000$; $r=.763$). Se estableció respecto de la dimensión necesidad de logro, que el 8.75% de trabajadores encuestados afirman que se encuentran en un nivel insuficiente, el 63.75% en un nivel moderado y el 27.50% en el nivel óptimo. La Motivación laboral se relaciona de manera directa, positiva y con alta intensidad con la Calidad de Servicio de la Caja Municipal. ($p=.000$; $r=.740$).

2.1.3.A Nivel Local

Jáuregui y Chaccha (2021) en su tesis titulada: *Motivación y su relación con la calidad de servicio de las Unidades de Taxi Plus SRL, Cajamarca-2020. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte*, concluyen que: en relación al objetivo general, se concluye que, no relación directa y significativa entre ambas variables de estudio (Motivación y calidad de servicio) y de que más bien deben existir otros factores que determinen propiamente la calidad de servicio de la empresa de la empresa de transporte público "Taxi Plus SRL, se concluye que los trabajadores de la empresa de transporte público "Taxi Plus SRL. Que el estado motivacional es bajo, la cual repercute en la predisposición para realizar sus funciones y en el desempeño de correcto de sus labores diarias, la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de transporte público "Taxi Plus SRL, se ubica en un nivel medio bajo, la motivación favorece la calidad de servicio de los trabajadores de las unidades de taxi de la empresa de transporte público "Taxi Plus SRL, por cuanto, si se motiva al personal a través de incentivos, bono y logros, éstos ejecutarán sus funciones esperadas.

Ortiz y Tello (2021) en su tesis titulada: *Motivación y desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad del Centro Poblado El Rosario de Polloc, distrito La Encañada-Cajamarca-2019. (Tesis de Licenciatura). Universidad Privada del Norte*, concluyen que: la motivación es uno de los medios a través de los cuales una organización puede asegurar la permanencia de sus empleados. Se identifica el nivel de la variable desempeño laboral del personal de la Municipalidad del Centro Poblado El

Rosario de Polloc, como malo, deficiente. Así mismo se logra observar que existen deficiencias tecnológicas, de comunicación, y de compañerismo. Se muestra que entre la relación de motivación y desempeño laboral en el centro Poblado el Rosario de Polloc. El valor es de “sig” es de ,467 que es menor al 0.05 el nivel de significancia. Lo que significa que no hay una correlación significativa entre desempeño laboral y motivación laboral. Se determina que los factores motivacionales tienen que ver con el contenido del cargo, se centra en el grado de instrucción, edad, en los deberes relacionados: la responsabilidad, la libertad de decidir cómo hacer su trabajo, los ascensos, la utilización plena de las habilidades personales, el logro, el reconocimiento, el trabajo en sí mismo y la posibilidad de crecimiento. De los factores de desempeño laboral consistió en evaluar las características o competencias que el individuo ya posee y que están relacionadas con el puesto.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Teoría de los dos factores de Frederick Herzberg

Chiavenato (2015), citando a Herzberg (1959) fundador de la Teoría de la Motivación-Higiene, también conocida como Teoría de los dos Factores; señala que esta Teoría; establece que los factores que generan insatisfacción en los trabajadores son de naturaleza totalmente diferente de los factores que producen la satisfacción. La teoría parte de que el hombre tiene un doble sistema de necesidades: la necesidad de evitar el dolor o las situaciones desagradables y la necesidad de crecer emocional e intelectualmente. Por ser cualitativamente distintos, cada tipo de necesidad, en el mundo del

trabajo, requiere de incentivos diferentes. Por eso se puede hablar de dos tipos de factores que intervienen en la motivación en el trabajo.

Formuló la teoría de los dos factores para explicar mejor el comportamiento de las personas en el trabajo y plantea la existencia de dos factores que orientan el comportamiento de las personas.

- **Factores Higiénicos**

Chiavenato (2015), citando a Herzberg (1959), indica que la insatisfacción es principalmente el resultado de los factores de higiene. Si estos factores faltan o son inadecuados, causan insatisfacción, pero su presencia tiene muy poco efecto en la satisfacción a largo plazo.

Factores de higiene

Chiavenato (2015), citando a Herzberg (1959), considera a los siguientes:

- Sueldo y beneficios: Una necesidad económica, siendo un factor higiénico porque el sueldo lo paga el jefe o la persona quien te contrata.
- Política de la empresa y su organización: Se refiere a que el empleado está regulado por una política de la empresa, que en mayor de los casos es vital para el cumplimiento del objetivo de la empresa.
- Relaciones con los compañeros de trabajo: El trabajador siempre estará en un ambiente laboral, por ello siempre habrá relaciones con los compañeros de trabajo, desde que inicia la jornada de manera directa e indirecta.

- Ambiente físico: El lugar, ya sea una oficina, una cocina, un área de producción, donde se lleve a cabo las labores del trabajador o colaborador.
- Supervisión: Cuando existe una persona que vigila todo tu procedimiento durante la jornada de trabajo, para algunas personas esto puede ser resultado de insatisfacción.
- Status: El “status” que llevas dentro de la organización de la empresa.
- Seguridad laboral: Como colaborador siempre buscamos en un trabajo tener un seguro dentro del trabajo, no solo eso, también una caja de ahorro, un incentivo que ayude.
- Crecimiento, madurez y consolidación: Esto se refiere a tu desarrollo en la empresa, te promueven y subes de puesto, que tanto aportas a la empresa y como ha sido tu desempeño, esto no lo puede controlar el trabajador por ende es un factor de insatisfacción, por el contrario, la empresa mide eso y a veces los resultados no son lo que el trabajador espera.

- **Factores de motivación**

Chiavenato (2015), indica que la satisfacción que es principalmente el resultado de los factores de motivación. Estos factores ayudan a aumentar la satisfacción del individuo, pero tienen poco efecto sobre la insatisfacción. Entre ellos se encuentran:

- Logros y reconocimiento: Se refiere al reconocimiento que tienes dentro de la empresa, esto a la vez motiva al trabajador o colaborador.

- Independencia laboral y responsabilidad: Radica en el ámbito laboral, el en trabajo, la responsabilidad te da la confianza de hacer el trabajo, a su vez es motivación misma del trabajador.

2.2.2. Teoría de la calidad de Jan Carlzon

Danton (1991), citando a Carlzon (1995), señala que es conocido como uno de los especialistas en calidad más importantes en el área de servicios, es el creador del concepto "Momentos de la Verdad", a partir del cual desarrolló un programa de administración de la calidad para empresas de servicios.

Los momentos de la verdad son intervalos que pueden durar tan solo 5 segundos, en los que los empleados de una organización tienen contacto con sus clientes para realizar la entrega de un servicio. En esos momentos la empresa se pone a prueba, pues su imagen depende de la capacidad del empleado para dejar satisfechos a los clientes y causarle una grata impresión.

Sus estrategias de calidad consisten en apoyar y hacer de la persona que se encuentran en contacto directo con el cliente, la más poderosa de la organización. y reglas internas con tal de lograr la satisfacción del cliente.

A esto Carlzon lo llama invertir la pirámide organizacional.

La empresa confía en que el empleado logrará causarle una buena impresión al cliente. Toda la empresa se pone en riesgo y depende de las habilidades que tenga el empleado para con el cliente.

La estrategia de la calidad de Carlzon trata de documentar todos los pasos que el cliente debe seguir para recibir el servicio.

Una persona sin información no es capaz de asumir responsabilidades. Una persona con información tal vez no sea de gran ayuda, pero sirve para asumir responsabilidades.

No importa qué tan grande o importante sea la empresa, todo dependerá de la forma en que el empleado que se encuentra frente al cliente actúe, ya sea libre, o con carisma, o todo lo contrario.

Según Carlzon, es necesario que todos los empleados sientan que son muy importantes dentro de la empresa. La motivación una pieza fundamental para lograr la calidad a través de la gente.

Si damos libertades a otras personas para tomar decisiones, saldrán a flote recursos en las personas que nunca hubiéramos conocido y siempre estarían ocultos.

Una de las grandes enseñanzas de Carlzon, que debemos tener en cuenta por su total vigencia es:

A los clientes debemos de tratarlos de una forma diferente, porque a nadie le gusta ser tratado como uno más, sino como alguien distinto, un cliente único diferente a todos los demás. El empleado que se encuentre en algún mostrador, deberá de olvidarse de las políticas de que todos los clientes son iguales, porque él mejor que nadie sabrá que cada uno es distinto y tienen distintas necesidades.

2.2.3. Motivación laboral

A. Definición

Según Robbins (2014), la motivación laboral es la reacción de los colaboradores de una empresa a estímulos atractivos, permanentes y que generan buen desempeño.

Según Chiavenato (2015), la motivación laboral es como la gasolina que mantiene al motor de una empresa en movimiento. Sin ella, el desempeño de las tareas diarias no se lograría con la misma calidad. Es imposible pensar en el bienestar de una compañía sin pensar en el bienestar de los empleados, por lo que la motivación laboral juega un papel imprescindible para alcanzar los objetivos de cualquier negocio.

De acuerdo a Helrriegel (2015), la motivación laboral es un estímulo que llevan a cabo las empresas y las compañías para mantener a sus empleados satisfechos y comprometidos con su puesto. Esta motivación se logra a través de diferentes estímulos cuyo objetivo es mantener el Interés de los trabajadores y alentarlos a realizar sus tareas de la mejor manera posible.

B. Dimensiones

Helrriegel (2014), describe a las siguientes:

Dimensión 1: Factores extrínsecos

Esta motivación se deriva de factores externos al trabajador. El aumento de sueldo, los beneficios laborales o los premios son solo algunos ejemplos que ilustran cómo la empresa puede tomar medidas ajenas a sus trabajadores para aumentar su Interés laboral. Sus Indicadores son: Remuneraciones, Políticas de la empresa, Relaciones con los compañeros de trabajo, ambiente físico, supervisión, status, seguridad laboral.

Dimensión 2: Factores intrínsecos

Este tipo de motivación se deriva de la satisfacción interna de la persona y tiene que ver con sus logros y sus capacidades individuales. Aunque esta motivación se da a nivel personal, la empresa puede influir en ella al reconocer el buen desempeño de sus trabajadores y al ofrecer tareas y labores que se adecuen al perfil y las capacidades de un empleado en particular.

Sus indicadores son: Logros, reconocimiento, autonomía, responsabilidad.

2.2.4. Calidad de servicio

A. Definición

Danton (2014), citando a Zeithaml, Bitner y Gremler (1988), creadores del Modelo SERVQUAL; señala que es el grado en que se atienden o no las expectativas de los clientes, comprende factores subjetivos relacionados con el juicio personal respecto al servicio. El principal modelo para medir la calidad de servicio es el SERVQUAL

B. Dimensiones

Danton (2014), describe a las dimensiones siguientes:

Dimensión 1: Fiabilidad

Habilidad de la empresa de prestar el servicio con un buen desempeño y exactitud.

Se refiere a la capacidad de los servicios para desempeñar sus funciones.

Asimismo, se refiere a los periodos de garantía de los servicios que presta una organización.

De igual modo este factor, proporciona ventaja competitiva a la organización.

Se analiza en base a los siguientes aspectos:

- La función que desempeña el servicio.
- Las condiciones en que se desempeña la función del servicio.
- El tiempo óptimo en que se debe desempeñar servicio.

Según el modelo SERVQUAL sus indicadores son: cumplimiento, Sinceridad, realizar un buen servicio desde la primera vez, brindar servicio en tiempo prometido y servicio sin errores.

Dimensión 2: Capacidad de respuesta

Es la disposición que existe para atender con prontitud a las personas y la velocidad para lograrlo.

Es una exigencia vital para atender a los clientes, en forma oportuna y rápida con soluciones efectivas con lo cual se gana lealtad y confianza duradera.

Asimismo, que está vinculada al “tiempo” y a la solución “efectiva” que la empresa Brinda a los clientes actuales y potenciales, la misma que debe ser satisfactoria desde el inicio hasta el final del servicio que se oferta.

Según el modelo SERVQUAL sus indicadores son: cumplir plazos prometidos, Prontitud en el servicio, Disponibilidad para ayudar siempre y disposición para aclarar dudas.

Dimensión 3: Seguridad

La seguridad se compone de las características que le dan confianza a los clientes de una organización.

Este factor se puede aumentar con las siguientes acciones:

- Cumplimiento de los requisitos legales (leyes y reglamentos) aplicables en la prevención de riesgos y accidentes durante el servicio.
- Infraestructura (escalones, escaleras, rampas, bajos techos, etc.) y merchandising.
- Pagos y cobros, durante el cobro con tarjetas bancarias tanto de los dispositivos como de la identificación del cliente.
- Mejora continua de la seguridad en el servicio.
- Escuchar la voz del cliente respecto a este aspecto.

Según el modelo SERVQUAL sus indicadores son: Inspirar confianza, Inspirar seguridad, Cortesía y conocimiento para responder preguntas.

Dimensión 4: Empatía

Es el nivel de atención personalizada que se le da a los clientes.

La empatía es entender la necesidad y sentimiento del otro, es estar en su lugar para poder entender qué le sucede, qué requiere, qué siente y poder actuar de una forma más certera.

Asimismo, es la capacidad de identificarse con alguien y compartir sus sentimientos.

Según el modelo SERVQUAL sus indicadores son: Horarios convenientes, atención personalizada, Enfocados en el servicio, Interés y preocupación genuina y compromiso de necesidades.

Dimensión 5: Elementos tangibles

Se refiere a la percepción que tienen los clientes del servicio, como el mobiliario, dispositivos o lo que se les ofrece durante sus visitas.

Es definido como lo que se puede sentir o tocar dentro de la empresa, el cliente es quien percibe esto de acuerdo a la infraestructura, máquinas y equipos que se usan, los medios de comunicación como, por ejemplo: teléfonos, celulares; como también las imágenes de la publicidad que muestran la información de forma física del servicio que se ofrece. Las industrias de servicio que enfatizan los tangibles en sus estrategias incluyen servicios en los que el cliente visita al establecimiento para recibir el servicio.

Según el modelo SERVQUAL sus indicadores son: Atracción visual de instalaciones físicas, Apariencia de equipos, aspecto del personal y materiales asociados al servicio.

2.3. Definición de términos básicos

- **Calidad**

Se refiere a una cualidad o característica especial de algo o alguien.

- **Conducta**

Es la actuación de un sujeto frente a determinados estímulos internos o externos.

- **Eficacia**

Se refiere al logro de los objetivos planeados por un organismo social.

- **Expectativas**

Es lo que una persona espera recibir y que está marcada por su deseo personal de acuerdo a lo que comunicaron o piensa.

- **Gestión**

Conjunto de acciones que emprende una organización para ligar sus objetivos.

- **Percepciones**

Conjunto de sensaciones relacionados con la sensación que alcanzan los sentidos de acuerdo al hábitat.

- **Satisfacción**

Sentimiento de complacencia que tiene una persona cuando se ha satisfecho sus necesidades.

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1. Hipótesis general

La motivación laboral se relaciona directamente con la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022.

3.2. Hipótesis específicas

- La dimensión factores extrínsecos de la motivación se relacionan directamente con la motivación laboral con la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022.
- La dimensión factores intrínsecos de la motivación se relacionan directamente de la motivación laboral con la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022.

3.3. Variables

Variable X:

Motivación laboral

Variable Y:

Calidad de servicio

- Empatía
 - Conocimientos para responder preguntas
 - Horarios convenientes
 - Atención personalizada
 - Enfocados en el servicio
 - Interés y preocupación genuina
 - Compromiso de necesidades

- Elementos tangibles
 - Atracción visual de instalaciones físicas
 - Apariencia de equipos
 - Aspecto del personal
 - Materiales asociados al servicio

CAPÍTULO IV

METODOLOGÍA

4.1. Tipo y nivel de investigación

4.1.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es de tipo aplicada porque se aplica en una empresa utilizando conocimientos teóricos existentes sobre la motivación laboral y la calidad de servicio, en este caso la empresa CONCEL S.A.C. de Cajamarca. Hernández y Mendoza (2018)

4.1.2 Nivel de investigación

La investigación es de nivel descriptivo y correlacional, porque se realizó un análisis de la motivación laboral y la calidad de servicio en la empresa CONCEL S.A.C. de Cajamarca., y luego se identificó la correlación entre las variables. Hernández y Mendoza (2018)

4.2. Diseño de la investigación

La investigación es de diseño no experimental y de corte transversal. Hernández y Mendoza (2018)

No experimental, porque no se manipularon los datos recopilados en la empresa CONCEL S.A.C. de Cajamarca., solo analizaron e interpretaron en función de los objetivos en su contexto natural.

Transversal porque el estudio se realizó en un momento determinado del tiempo, en este caso en el año 2022.

4.3. Población de estudio

La población de estudio está conformada de la siguiente manera:

- Para la motivación laboral son 10 colaboradores que laboran en la empresa, compuesta por 1 gerente, 1 secretaria, 1 supervisor, 4 profesionales especializados en ingeniería y construcción (ingenieros civiles), 2 asistentes administrativos y 1 vigilante. Tomado de los archivos de la gerencia.
- Para la calidad de servicio son los 10 clientes frecuentes de la empresa CONCEL S.A.C. de Cajamarca. Tomado de los archivos de la gerencia.

4.4. Tamaño de la muestra

La muestra debido a que la población es pequeña, para la motivación laboral y la calidad de servicio es no probabilística y está conformada por los 10 colaboradores y los 10 clientes de la empresa CONCEL S.A.C. de Cajamarca, respectivamente.

4.5. Unidad de análisis

La investigación tiene como unidad de análisis a la empresa CONCEL S.A.C. de Cajamarca.

4.6. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación

4.6.1. Método, instrumento y técnica de recolección de datos

Para la recolección se empleó el método inductivo y deductivo, ya que en base a las teorías científicas relacionadas con las variables; se construyó el marco teórico que le dio sustento a la investigación, la misma que se aplicó a la empresa CONCEL S.A.C. de Cajamarca.

Instrumento : Cuestionario

Técnica : Encuestas

4.6.2. Técnicas de procesamiento de la información

La investigación se procesó la información recopilada manualmente a través del Microsoft Excel con el que se elaborará las tablas y figuras relacionada con los indicadores explorados mediante las encuestas aplicadas a la muestra de estudio.

El análisis e interpretación se realizó por cada dimensión representada en las tablas y figuras, en función de las variables de la investigación.

El análisis e interpretación se realizó tomando en cuenta la siguiente escala de valoración:

Por lo tanto, la valoración para ambas variables se analizó siguiendo los rangos de calificación de la siguiente tabla:

Tabla 2

Escala de valoración para la motivación laboral

Baja	Regular	Alta
No	A veces	Si
1	2	3
1%– 35%	36% - 70%	71% – 100%

Tabla 3

Escala de valoración para la calidad de servicio

Mala		Regular	Buena	
Totalmente en desacuerdo	Desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1	2	3	4	5
1%– 35%		36% - 70%	71% – 100%	

La discusión se llevó a cabo relacionando los resultados tanto de la motivación laboral y la calidad de servicio que emitieron los colaboradores y clientes de la empresa CONCEL S.A.C. de Cajamarca.

CAPÍTULO V

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

5.1. Análisis, interpretación y discusión de resultados

5.1.1. Análisis, interpretación de resultados

5.1.1.1. Motivación laboral

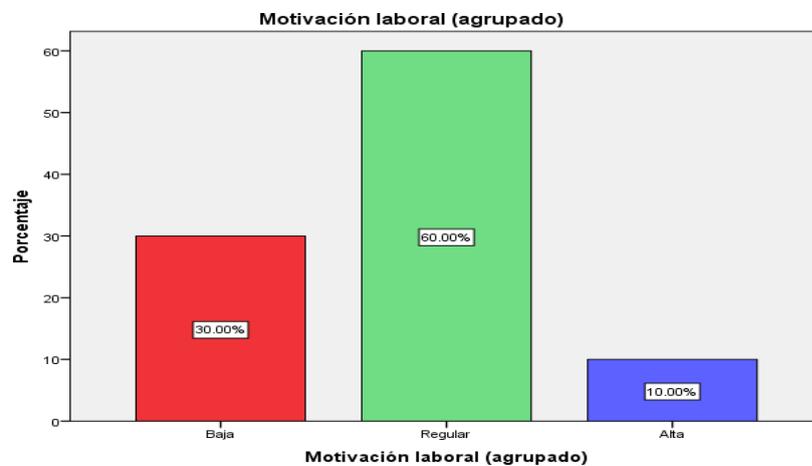
Para estudiarla se aplicó una encuesta dirigida a los 10 colaboradores de la empresa CONCEL S.A.C. de Cajamarca, con los siguientes resultados:

Tabla 4
Motivación laboral en general

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	3	30.0	30.0	30.0
Regular	6	60.0	60.0	90.0
Alta	1	10.0	10.0	100.0
Total	10	100.0	100.0	

Nota. Tomado de encuestas aplicadas.

Figura 1
Motivación laboral en general



Nota. Tomado de la tabla 4

Interpretación

De los 10 colaboradores encuestados, respecto a la motivación en la empresa CONCEL S.A.C.; el 60% lo califican como "regular", mientras que el 30% lo califican como "baja".

Esta situación debe corregirse mediante acciones y estrategias para mejorar la motivación laboral de los colaboradores porque trae consigo ineficiencia en el desarrollo de las actividades.

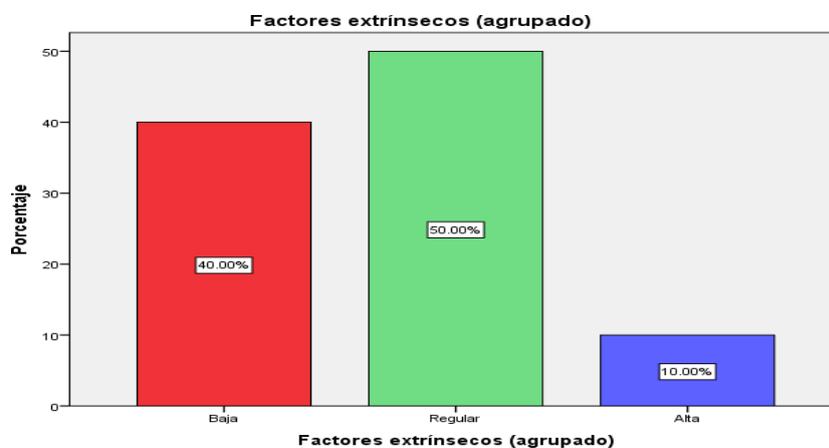
A. Factores extrínsecos

Tabla 5
Factores extrínsecos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	4	40.0	40.0	40.0
Regular	5	50.0	50.0	90.0
Alta	1	10.0	10.0	100.0
Total	10	100.0	100.0	

Nota. Tomado de encuestas aplicadas.

Figura 2
Factores extrínsecos



Nota. Tomado de la tabla 5

Interpretación

De los 10 colaboradores encuestados, respecto a los factores extrínsecos de la motivación en la empresa CONCEL S.A.C.; el 50% lo califican como "regular", mientras que el 40% lo califican como "baja".

Esta situación debe corregirse mediante acciones y estrategias para mejorar la motivación laboral de los colaboradores porque trae consigo ineficiencia en el desarrollo de las actividades.

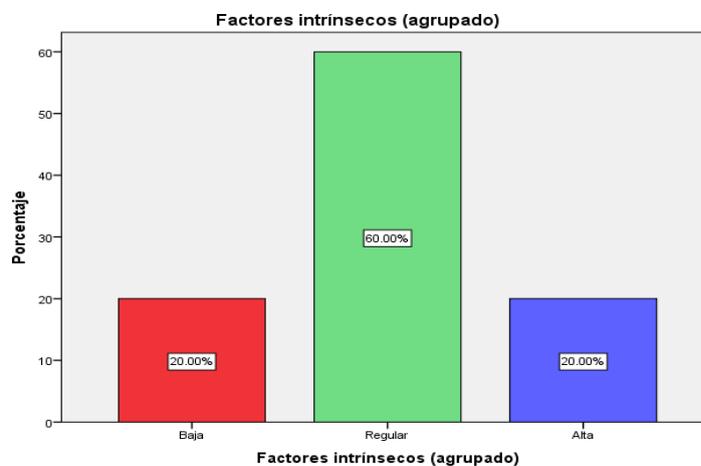
B. Factores intrínsecos

Tabla 6
Factores intrínsecos

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	2	20.0	20.0	40.0
Regular	6	60.0	60.0	80.0
Alta	2	20.0	20.0	100.0
Total	10	100.0	100.0	

Nota. Tomado de encuestas aplicadas.

Figura 3
Factores intrínsecos



Nota. Tomado de la tabla 6

Interpretación

De los 10 colaboradores encuestados, respecto a los factores intrínsecos de la motivación en la empresa CONCEL S.A.C.; el 60% lo califican como "regular", mientras que el 20% lo califican como "baja".

Esta situación debe corregirse mediante acciones y estrategias para mejorar la motivación laboral de los colaboradores porque trae consigo ineficiencia en el desarrollo de las actividades.

5.1.2. Calidad de servicio

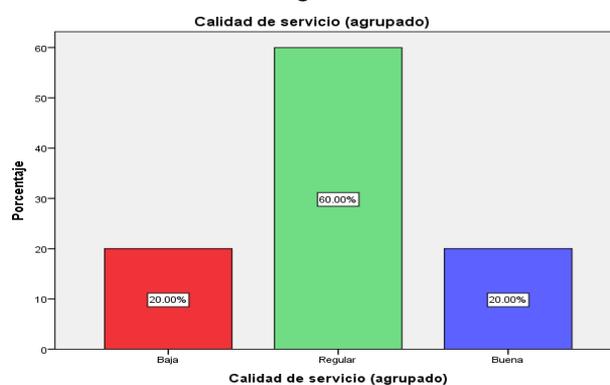
Para estudiarla se aplicó una encuesta dirigida a los 10 clientes frecuentes de la empresa CONCEL S.A.C. de Cajamarca, con los siguientes resultados:

Tabla 7
Calidad de servicio en general

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	2	20.0	20.0	40.0
Regular	6	60.0	60.0	80.0
Buena	2	20.0	20.0	100.0
Total	10	100.0	100.0	

Nota. Tomado de encuestas aplicadas.

Figura 4
Calidad de servicio en general



Nota. Tomado de la tabla 7

Interpretación

De los 10 clientes encuestados, respecto a la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C.; el 60% lo califican como "regular", mientras que el 20% lo califican como "baja".

Esta situación debe corregirse mediante acciones y estrategias para mejorarla porque traerá consigo insatisfacción de los clientes.

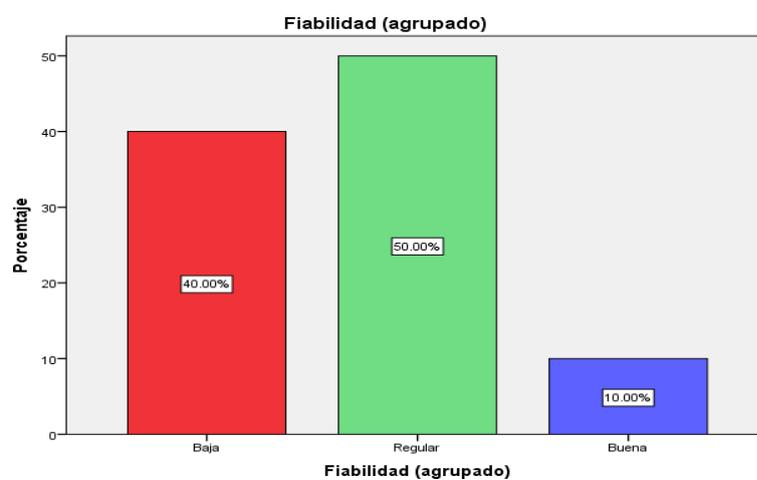
A. Dimensión Fiabilidad

Tabla 8
Fiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	4	40.0	40.0	40.0
Regular	5	50.0	50.0	90.0
Buena	1	10.0	10.0	100.0
Total	10	100.0	100.0	

Nota. Tomado de encuestas aplicadas.

Figura 5
Fiabilidad



Nota. Tomado de la tabla 8

Interpretación

De los 10 clientes encuestados, respecto a la fiabilidad de la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C.; el 50% lo califican como "regular", mientras que el 40% lo califican como "baja".

Esta situación debe corregirse mediante acciones y estrategias para mejorarla porque traerá consigo insatisfacción de los clientes.

B. Dimensión capacidad de respuesta

Tabla 9

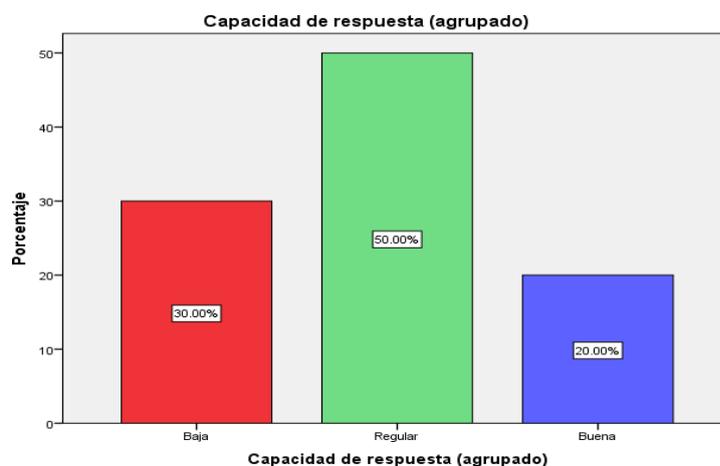
Capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	3	30.0	30.0	30.0
Regular	5	50.0	50.0	80.0
Buena	2	20.0	20.0	100.0
Total	10	100.0	100.0	

Nota. Tomado de encuestas aplicadas.

Figura 6

Capacidad de respuesta



Nota. Tomado de la tabla 9

Interpretación

De los 10 clientes encuestados, respecto a la capacidad de respuesta de la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C.; el 50% lo califican como "regular", mientras que el 30% lo califican como "baja".

Esta situación debe corregirse mediante acciones y estrategias para mejorarla porque traerá consigo insatisfacción de los clientes.

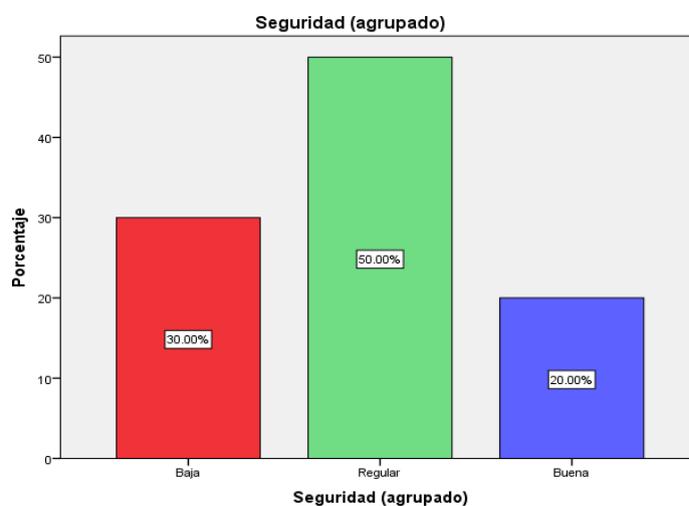
C. Dimensión Seguridad

Tabla 10
Seguridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	3	30.0	30.0	30.0
Regular	5	50.0	50.0	80.0
Buena	2	20.0	20.0	100.0
Total	10	100.0	100.0	

Nota. Tomado de encuestas aplicadas.

Figura 7
Seguridad



Nota. Tomado de la tabla 10

Interpretación

De los 10 clientes encuestados, respecto a la seguridad de la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C.; el 50% lo califican como "regular", mientras que el 30% lo califican como "baja".

Esta situación debe corregirse mediante acciones y estrategias para mejorarla porque traerá consigo insatisfacción de los clientes.

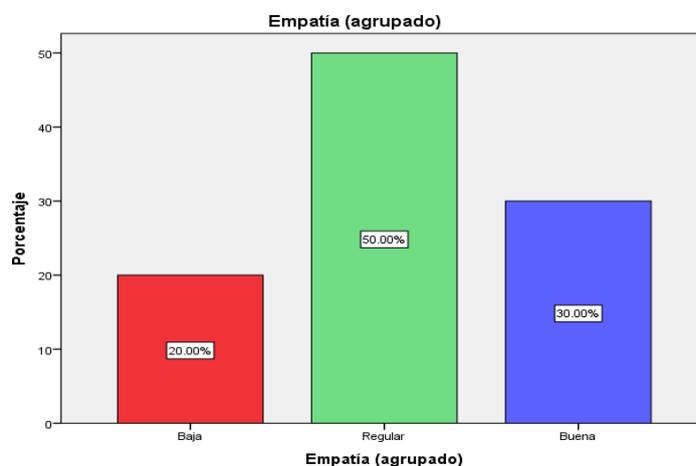
D. Dimensión empatía

Tabla 11
Empatía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	2	20.0	20.0	20.0
Regular	5	50.0	50.0	70.0
Buena	3	30.0	30.0	100.0
Total	10	100.0	100.0	

Nota. Tomado de encuestas aplicadas.

Figura 8
Empatía



Nota. Tomado de la tabla 11

Interpretación

De los 10 clientes encuestados, respecto a la empatía de la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C.; el 50% lo califican como "regular", mientras que el 20% lo califican como "baja".

Esta situación debe corregirse mediante acciones y estrategias para mejorarla porque traerá consigo insatisfacción de los clientes.

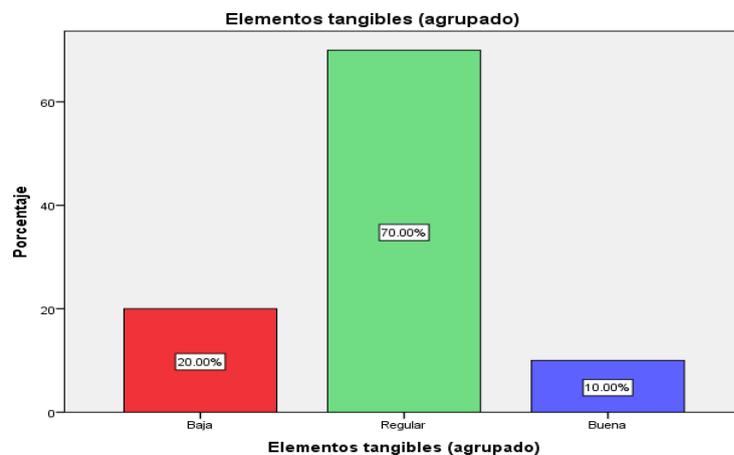
E. Dimensión elementos tangibles

Tabla 12
Elementos tangibles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Baja	2	20.0	20.0	20.0
Regular	7	70.0	70.0	90.0
Buena	1	10.0	10.0	100.0
Total	10	100.0	100.0	

Nota. Tomado de encuestas aplicadas.

Figura 9
Elementos tangibles



Nota. Tomado de la tabla 12

Interpretación

De los 10 clientes encuestados, respecto a los elementos tangibles de la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C.; el 70% lo califican como "regular", mientras que el 20% lo califican como "baja".

Esta situación debe corregirse mediante acciones y estrategias para mejorarla porque traerá consigo insatisfacción de los clientes.

5.1.2. Discusión de resultados

La investigación buscó determinar la relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022, encontrando que ambas variables son calificadas como "regular", porque no se encuentran en un buen nivel las dimensiones de cada variable.

Los resultados difieren con los resultados de la tesis de Torres, Rodríguez y Gonzáles (2019), titulada: *Calidad del servicio ofrecido por AFP Reservas en la ciudad de Santiago en el periodo Enero - abril 2019*, en cuanto a que los clientes sienten un alto grado de confianza en el personal y el conocimiento que estos poseen en medida a los servicios que ofrece, por lo que la calidad del servicio es calificadas como "alta", y se reconoce un eficiente desempeño laboral por parte de los colaboradores, lo cual no solo beneficia a los clientes internos sino a los externos en este caso con la calidad de servicio. Es necesario resaltar que se debe a que las APF están más reglamentadas y mejor administradas que las empresas de sectores que son administradas más de manera empírica como es el caso de la empresa CONCEL.

Asimismo, coinciden con los resultados de la tesis de López (2018), titulada: *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy´s de la ciudad de Guayaquil*, que encontró que su personal presenta ciertas deficiencias frente al elemento motivacional, enfocada en no sentirse debidamente preparados para hacer su trabajo, lo cual les afecta emocionalmente para el desarrollo de sus labores. 54 identifica que es importante mantener motivado al personal, mediante la asignación de incentivos cuando los objetivos de venta sean alcanzados. Así mismo, la importancia de contar con espacios físicos seguros que permitan al colaborador desarrollar sus actividades con confianza y comodidad, que se relacionan con la calidad de servicio. La similitud se debe a que es un sector que tiene una analogía en su contexto administrativo como la empresa CONCEL.

De igual manera, coincide con los resultados de la tesis de Montilla (2018), titulada: *Clima organizacional y su influencia en la motivación laboral en el departamento de Control de estudios del Centro de Formación Regional* desarrollada en la ciudad de Valencia – Venezuela, que concluye que, las herramientas utilizadas por la gerencia, como instrumentos que facilitan a los directores un adecuado proceso de la administración de la empresa y que aumentan la optimización de recursos organizacionales dentro de los cuales se encuentran los humanos como la motivación laboral encuadrada dentro del contexto emocional, que permiten el mejor desarrollo de las actividades y alcanzar los logros establecidos, no están en nivel bueno, al igual que en la empresa CONCEL.

Asimismo, coincide con los resultados de la tesis de Muñoz (2017), denominada *Análisis de la calidad del servicio del hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeraldas*, que encontró como principales problemas, la deficiencia en los procedimientos de tipo administrativo del hotel, convirtiéndose en una traba para brindar atención rápida a los huéspedes que visitan el lugar, así mismo el limitado compromiso y responsabilidad asumidos por los trabajadores, los que al entregar el servicio no le dan la relevancia debida y ello se refleja en la mala atención que tiene como causa a la desmotivación existente en el personal, similar a lo que ocurre en la empresa CONCEL.

También, coincide con los resultados de la tesis de Santamaría (2016), denominada *Estrategias motivacionales y su influencia en el desempeño de los empleados del área de cocina de restaurantes turísticos del Centro de Quito*, que concluye que un personal motivado a través de distintas estrategias va a ser un personal comprometido con los objetivos del negocio, los suyos propios y el ambiente será ideal, lo cual no es precisamente lo que ocurre porque existen serias deficiencias en este factor al igual que en la empresa CONCEL.

De igual modo, coincide con los resultados de la tesis de Gutiérrez (2016), denominada: *“La cultura organizacional como factor que influye en la motivación laboral de los trabajadores del área operativa en una empresa de transporte aéreo”*, que concluye que, al fortalecer los aspectos mentales positivos de los trabajadores, la motivación laboral de los mismos mejora, pues realizan sus laborales con intensidad y

persistencia. En tal sentido, sugiere modificar la entrega de incentivos individuales por los de grupo, premiándolos cuando alcancen metas en equipo y no sólo de manera individual. Es necesario darle énfasis al reconocimiento, así como, asignarles actividades cada vez más desafiante. Con ello, se logra que no se aburran, que aprendan cosas nuevas cada día y de alguna manera los estimulamos para que creen conocimientos o experiencias diferentes, que no sólo sumarán a la empresa sino también a ellos mismos, que es justamente o mismo que ocurre en la empresa CONCEL en donde está fallando el tema motivacional por desconocimiento de la gerencia.

Asimismo, coincide con los resultados de la tesis de Mayen (2016), titulada: *Motivación y satisfacción laboral de los obreros adventistas de la unión de Guatemala*, que concluye que sí existe relación positiva entre ambas variables y que si se realizan esfuerzos para mejorar la satisfacción laboral de los obreros, podría incrementarse también su grado de motivación, o viceversa, lo cual es similar a lo que ocurre en la empresa CONCEL.

También con los resultados de la tesis de Baca (2020) titulada: *Motivación laboral y calidad del servicio en un restaurant de Santa Clara - Ate Vitarte 2018*, que concluye que: la motivación laboral tiene una relación directa con la calidad del servicio en un restaurant de Santa Clara; debido a que el coeficiente de correlación rho de Spearman tiene un valor de 0.791, lo que representa un nivel de correlación positiva alto y denota que mientras más motivado se encuentre el personal, mejor será

la actitud y compromiso con el que desarrollen sus actividades laborales, lo cual definitivamente se hará tangible cuando brinden la atención a los comensales que acuden al restaurante, anticipando sus necesidades, atendiéndoles dentro de los tiempos establecidos y brindándoles asesoría en la elección de su experiencia gastronómica. Por otro lado, se demuestra que las expectativas del trabajador tienen relación directa con la calidad del servicio del restaurante; se evidencia que si bien los colaboradores se sienten involucrados en la participación activa para el logro de los objetivos este es un aspecto que se debe fortalecer más para elevar esa sensación de seguridad y comodidad en el centro laboral, siendo los más beneficiados los comensales, pues el personal estará en capacidad de brindarles un mejor servicio, asumiendo cualquier responsabilidad como suya, buscando siempre la manera de ofrecer la mejor atención, porque están convencidos de poder hacerlo bien. Igualmente se demuestra que las condiciones laborales tienen relación directa con la calidad del servicio en el restaurante. Esto demuestra que mientras que a los colaboradores se les brinde las facilidades y condiciones necesarias en el trabajo, tendrán un mejor performance, sintiéndose seguros y estimulados para brindar atención con estándares de calidad altos a los clientes. Finalmente se demuestra que el reconocimiento laboral tiene relación directa con la calidad del servicio en el restaurante; debido a que el coeficiente de correlación rho de Spearman tiene un valor de 0.844, lo que representa un nivel de correlación positiva alta. Mientras más motivado este nuestro personal mejor será la atención que brinden a nuestros clientes, lo cual corrobora la falencia existente en la empresa CONCEL.

De igual modo, coincide con los resultados de la tesis de Epquin y Lertzundi (2018) en su tesis titulada: *Motivación y calidad de servicio de los servidores públicos de la Municipalidad Provincial de Chachapoyas – 2018*, que concluyen que: la correlación es de 0.4391, donde demuestra que existe una relación directa; positiva cuyo grado de relación es mediana; es decir que a medida que se incrementa, la relación e 58 mismo sentido, crece para ambas variables. Asimismo, la significatividad, es moderada, por ser la correlación de 0.4663, esto demuestra que existe una relación directa; positiva débil; es decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables. Asimismo, la relación entre la dimensión motivación de afiliación y calidad de servicio de la Municipalidad, por lo que existe evidencia estadística de correlación de 0.553, donde demuestra que existe una relación directa; positiva moderada; es decir que a medida que se incrementa la relación en un mismo sentido, crece para ambas variables, que es justamente lo que también existe en la empresa CONCEL.

Asimismo. con los resultados de la tesis de Acero (2021) titulada: *Motivación y calidad de servicio en la Caja Municipal de Ahorro y Crédito Cuzco, Tacna, 2021*, que concluye que: la motivación laboral se relaciona de manera directa, positiva y con alta intensidad con la calidad de servicio de la Caja Municipal ($p=.000$; $r=.740$), respecto a la motivación laboral según los trabajadores encuestados, la alta relación implica que de variar las estrategias de motivación Laboral en la empresa contribuirá con la generación de cambios importantes en la calidad de servicio en la entidad. La necesidad de poder se relaciona de manera positiva y

significativa con la calidad de servicio de la Caja ($p=.000$; $r=.774$). Se identificó respecto a la dimensión necesidad de poder, que el 17.506% de trabajadores encuestados afirman que se encuentran en el nivel moderado, el 20.00% en un nivel óptimo. La necesidad de Logro se relaciona de manera positiva y significativa con la calidad de servicio, en la Caja. ($p=.000$; $r=.763$). Se estableció respecto de la dimensión necesidad de logro, que el 8.75% de trabajadores encuestados afirman que se encuentran en un nivel insuficiente. La motivación laboral se relaciona de manera directa, positiva y con alta intensidad con la calidad de servicio de la Caja ($p=.000$; $r=.740$), lo cual es precisamente lo que se encontró en la empresa CONCEL.

De igual manera con los resultados de la tesis de Jáuregui y Chaccha (2021) titulada: *Motivación y su relación con la calidad de servicio de las Unidades de Taxi Plus SRL, Cajamarca-2020.*, que concluyen que, existe relación directa y significativa entre ambas variables de estudio y de que más bien deben existir otros factores que determinen propiamente la calidad de servicio de la empresa de transportes, que los trabajadores de la empresa de transportes tienen un estado motivacional “bajo”, la cual repercute en la predisposición para realizar sus funciones y en el desempeño de correcto de sus labores diarias, la calidad de servicio que brindan los trabajadores de la empresa de transportes se ubica en un nivel “medio bajo”, la motivación favorece la calidad de servicio de los trabajadores de la empresa, por cuanto, si se motiva al personal a través de incentivos, bono y logros, éstos ejecutarán sus funciones bajo su

responsabilidad, lo cual es similar a lo que ocurre en la empresa CONCEL.

También con los resultados de la tesis de Ortiz y Tello (2021) en su tesis titulada: *Motivación y desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad del Centro Poblado El Rosario de Polloc, distrito La Encañada-Cajamarca-2019*, que concluyen que: la motivación es uno de los medios a través de los cuales una empresa puede asegurar la permanencia de sus empleados, determinándose además que los factores motivacionales tienen que ver con el contenido del cargo⁶⁰, centra en el grado de instrucción, edad, en los deberes relacionados, la responsabilidad, la libertad de decidir cómo hacer su trabajo, los ascensos, la utilización plena de las habilidades personales, el logro, el reconocimiento, el trabajo en sí mismo y la posibilidad de crecimiento., se relacionan con el desempeño laboral de los trabajadores, similar a lo que ocurre en la empresa CONCEL.

5.2. Contrastación de hipótesis

La investigación se planteó la hipótesis que la motivación laboral se relaciona directamente con la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022, lo que se corrobora por el valor de Pearson, que indica que a mayor motivación del personal mayor será la calidad de servicio de la empresa. Se consideró esta prueba de correlación porque la prueba de normalidad así lo determina y no se emplea Spearman, T- Student o Chi cuadrado (porque la cantidad de datos es pequeña); porque no corresponde.

Tabla 13*Prueba de Normalidad Kolmogorov-Smirnov*

	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Motivación laboral	0,228	10	0,000
Calidad de servicio	0,283	10	0,000

Los valores sigs. son mayores a 0.05; por lo tanto, los datos tienen una distribución normal por ello se utilizó el coeficiente de correlación de Pearson para la Prueba de hipótesis, porque miden relaciones lineales entre las variables.

Tabla 14*Correlación de Pearson de Hipótesis general*

		Motivación laboral	Calidad de servicio
Motivación laboral	Correlación de Pearson	1	0.871**
	Sig. (bilateral)		0.001
	N	10	10
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	0.871**	1
	Sig. (bilateral)	0.001	
	N	10	10

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

Interpretación

El valor rho de Pearson de 0,871; significa que existe una correlación significativa alta entre la motivación laboral y la calidad de servicio en la empresa CONCEL S.A.C.

Tabla 15*Correlación de los factores extrínsecos y la calidad de servicio*

		Factores extrínsecos	Calidad de servicio
Factores extrínsecos	Correlación de Pearson	1	0.728**
	Sig. (bilateral)		0.001
	N	10	10
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	0.728**	1
	Sig. (bilateral)	0.001	
	N	10	10

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

Interpretación

El valor rho de Pearson de 0,728; significa que existe una correlación significativa alta entre los factores extrínsecos y la calidad de servicio en la empresa CONCEL S.A.C.

Tabla 16*Correlación de los factores intrínsecos y la calidad de servicio*

		Factores intrínsecos	Calidad de servicio
Factores intrínsecos	Correlación de Pearson	1	0.642**
	Sig. (bilateral)		0.001
	N	10	10
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	0.642**	1
	Sig. (bilateral)	0.001	
	N	10	10

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

Interpretación

El valor rho de Pearson de 0,642; significa que existe una correlación significativa moderada entre los factores extrínsecos y la calidad de servicio en la empresa CONCEL S.A.C.

CONCLUSIONES

La investigación buscó determinar la relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022, llegando a la conclusión que existe una correlación significativa alta, a juzgar por el valor rho del coeficiente de correlación que tiene un valor de 0.871, lo que se corrobora porque la motivación laboral en general es calificada como "regular" en un 60%, mientras que la calidad servicio también en general es calificada, también en un 60% es calificada como "regular".

En cuanto a establecer la relación entre la dimensión factores extrínsecos de la motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022, la investigación encontró que la relación es significativa alta, la juzgar por el valor rho del coeficiente de correlación que tiene un valor de 0.728; lo que se corrobora porque los factores extrínsecos en general son calificados como "regular" por el 50% de los encuestados.

En cuanto al objetivo específico 2: Establecer la relación entre la dimensión factores intrínsecos de la motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022, la investigación encontró que la relación es significativa alta, la juzgar por el valor rho del coeficiente de correlación que tiene un valor de 0.642; lo que se corrobora porque los factores extrínsecos en general son calificados como "regular" por el 60% de encuestados.

RECOMENDACIONES

1. Al gerente de la empresa CONCEL S.A.C.

- En general los factores extrínsecos e intrínsecos para mejorar su estado situacional mediante capacitaciones pertinentes, estrategias y políticas empresariales y aplicación de los fundamentos de la gestión de recursos humanos que ayudan poner énfasis en las personas que laboran en la empresa.
- Revisar y actuar sobre los factores extrínsecos que proporciona a los colaboradores de la empresa especialmente enfatizar en la escala remunerativa, política empresarial, relaciones interpersonales, ambiente físico, nivel de supervisión, estatus y seguridad laboral e identificar los factores intrínsecos con los que el personal no encuentra de su agrado, especialmente enfatizar en los logros, reconocimiento, autonomía y responsabilidad adecuada de funciones.
- Revisar y actuar sobre los factores clave de la calidad de servicio que son la fiabilidad, la capacidad de respuesta, la seguridad, la empatía y los elementos tangibles, para fortalecerlos y adecuarlos para beneficios de los clientes, habida cuenta que son calificados en un promedio del 60% como "regular"

REFERENCIAS

- Carlzon, J. (1959). *Los Momentos de la Verdad*. Editorial Mc Graw Hill.
- Chiavenato, I. (2015). *Comportamiento organizacional*. Editorial Mc Graw Hill.
- Danton, E. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*. Editorial de los Santos S.A.
- Gutiérrez, D. (2016), en la Universidad Nacional de Colombia, ubicada en la ciudad de Bogotá, desarrolló la tesis *La cultura organizacional como factor que influye en la motivación laboral de los trabajadores del área operativa en una empresa de transporte aéreo*
- Hellriegel, S. (2014). *Comportamiento organizacional*. Editorial Cengage Learning.
- Hernández, R. Mendoza, J. (2018). *Metodología de la investigación científica*. Editorial Mc Graw Hill.
- Herzberg, F. (1959). *Teoría de los 2 Factores*. Editorial Mc Graw Hill.
- Jauregui, E. y Chaccha, M. (2021) en su tesis titulada: *Motivación y su relación con la calidad de servicio de las Unidades de Taxi Plus SRL, Cajamarca-2020*
- López, H. (2018), con la tesis titulada: *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, desarrollada en Ecuador*.
- Mayen, T. (2016), en su investigación titulada *Motivación y satisfacción laboral de los obreros adventistas de la unión de Guatemala, de la Universidad Montemorelos en la ciudad de Matamoros - México*.
- Montilla, R. (2018), con la tesis titulada: *Clima organizacional y su influencia en la motivación laboral en el departamento de Control de estudios del Centro de Formación Regional de la Universidad Nacional Experimental de la Seguridad Carabobo*

Muñoz, M. (2017) en la Pontificia Universidad Católica de Ecuador, ubicada en la ciudad de Esmeraldas - Ecuador, desarrollo la tesis denominada *Análisis de la calidad del servicio del hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeraldas*

Ortiz, F. y Tello, A. (2021) en su tesis titulada: *Motivación y desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad del Centro Poblado El Rosario de Polloc, distrito La Encañada-Cajamarca-2019*

Robbins, S. (2014). *Comportamiento organizacional*. Editorial Mc Graw Hill.

Santamaría, E. (2016) en la Universidad Tecnológica Equinoccial, ubicada en la ciudad de Quito, Ecuador, desarrolló la tesis *Estrategias motivacionales y su influencia en el desempeño de los empleados del área de cocina de restaurantes turísticos del centro de Quito*.

Summers, W.. (2006). *Administración de la calidad*. Editorial Pearson. Prentice Hall.

Torres, E. Rodríguez, S. y Gonzáles, J. (2019), quienes realizaron la investigación titulada: *Calidad del servicio ofrecido por AFP Reservas en la ciudad de Santiago en el periodo Enero - abril 2019*, de la Universidad Abierta para Adultos (UAPA), desarrollada en República Dominicana.

APÉNDICES

Apéndice 1. Matriz de consistencia metodológica

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumentos
<p>Principal</p> <p>¿Cuál es la relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022?</p> <p>Específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la relación entre la dimensión factores extrínsecos de la motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022? ¿Cuál es la relación entre la dimensión factores intrínsecos de la motivación laboral y la 	<p>General</p> <p>Determinar la relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022.</p> <p>Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> Establecer la relación entre la dimensión factores extrínsecos de la motivación laboral con la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022. Establecer la relación entre la dimensión factores intrínsecos de la motivación 	<p>General</p> <p>La motivación laboral se relaciona directamente con la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022.</p> <p>Específicas</p> <ul style="list-style-type: none"> La dimensión factores extrínsecos de la motivación laboral se relacionan directamente con la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022. La dimensión factores intrínsecos de la motivación laboral se relacionan 	<p>Motivación laboral</p> <p>Calidad de servicio</p>	<p>Factores extrínsecos</p> <p>Factores intrínsecos</p> <p>Fiabilidad</p> <p>Capacidad de respuesta</p> <p>Seguridad</p>	<ul style="list-style-type: none"> Remuneraciones Política de la empresa Relaciones con los compañeros de trabajo Ambiente físico Supervisión Status Seguridad laboral Logros Reconocimiento Autonomía Responsabilidad Cumplimiento Sinceridad Realizar un buen servicio desde primera vez Brindar servicio en tiempo prometido Brindar servicio si errores Cumplir plazos prometidos Prontitud en el servicio Disponibilidad para ayudar siempre Disposición para aclarar dudas Inspirar confianza Inspirar seguridad Cortesía Conocimientos para responder preguntas 	<p>Instrumento: Cuestionario</p> <p>Técnica: Encuesta</p>

calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022?	laboral y la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022	directamente con la calidad de servicio de la empresa CONCEL S.A.C., Cajamarca 2022.	Empatía	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Horarios convenientes ▪ Atención personalizada ▪ Enfocados en el servicio ▪ Interés y preocupación genuina ▪ Compromiso de necesidades
			Elementos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Atracción visual de instalaciones físicas ▪ Apariencia de equipos ▪ Aspecto del personal ▪ Materiales asociados al servicio

Apéndice 2. Instrumento de recolección de datos de motivación laboral

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO SOBRE MOTIVACIÓN LABORAL DIRIGIDA A LOS COLABORADORES DE CONCEL S.A.C. DE CAJAMARCA

Estimado usuario:

Califique entre 1 a 3 la importancia que usted le otorga a cada una de los siguientes ítems relacionados con la gestión de la calidad en base a los siguientes criterios:

No = 1, A veces = 2, Si (3)

		Si	A veces	No
	Dimensión: Factores extrínsecos			
	Indicador: Remuneraciones			
1	CONCEL, otorga una remuneración justa y equitativa			
	Indicador: Política de la empresa			
2	CONCEL, cuenta con políticas adecuadas			
	Indicador: Relaciones con los compañeros de trabajo			
3	CONCEL fomenta buenas relaciones entre el personal			
	Indicador: Ambiente físico			
4	CONCEL, ofrece una buena infraestructura para trabajar			
	Indicador: Supervisión			
5	CONCEL, realiza una supervisión adecuada de sus actividades			
	Indicador: Status			
6	CONCEL, otorga un buen status a su personal			
	Indicador: Seguridad laboral			
7	CONCEL, ofrece seguridad laboral a su personal.			
	Dimensión: Factores intrínsecos			
	Indicador: Logros			
8	CONCEL, reconoce los logros de su personal			
	Indicador: Reconocimiento			
9	CONCEL, tiene estrategias de reconocimiento de la labor de su personal			
	Indicador: Autonomía			
10	CONCEL, fomenta la autonomía del personal para el desarrollo de las actividades.			
	Indicador: Responsabilidad			
11	CONCEL, distribuye adecuadamente la responsabilidad			

Muchas gracias

Apéndice 3. Instrumento de recolección de datos de calidad de servicio

CUESTIONARIO PARA MEDIR LA CALIDAD DE SERVICIO DIRIGIDA DE LOS CLIENTES DE CONCEL S.A.C.

Estimado cliente:

Califique según su opinión a cada una de los siguientes ítems relacionados con la calidad de servicio que usted recibe en CONCEL S.A.C. de Cajamarca, según los siguientes criterios:

Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente en desacuerdo
1	2	3	4	5

		1	2	3	4	5
	Dimensión Fiabilidad					
	Indicador: Cumplimiento					
1	Cuando el personal de CONCEL, promete hacer algo planificado, lo hace en el tiempo prometido.					
	Indicador: Sinceridad					
2	Cuando el cliente tiene un problema, el personal de CONCEL muestra interés sincero en solucionarlo					
	Indicador: Realizar un buen servicio desde la primera vez					
3	El personal de CONCEL, brinda un buen servicio desde la primera vez y mantiene éste accionar evitando cometer errores.					
	Indicador: Brindar servicio en tiempo prometido					
4	El personal de CONCEL, concluye el servicio en el tiempo prometido.					
	Indicador: Servicio sin errores					
5	El personal de CONCEL, mantiene el servicio exento de errores.					
	Dimensión: Capacidad de respuesta					
	Indicador: Cumplir plazos prometidos					
6	El personal de CONCEL, promete a sus clientes y brindan los servicios en plazos que ellos son capaces de cumplir					
	Indicador: Prontitud en el servicio					
7	El personal de CONCEL, está dispuesto y disponible durante la entrega del servicio.					
	Indicador: Disponibilidad para ayudar siempre					
8	El personal de CONCEL, siempre tiene voluntad sincera en ayudar a sus clientes.					
	Indicador: Disposición para aclarar dudas					
9	El personal de CONCEL, siempre está dispuesto para aclarar dudas de sus clientes.					
	Dimensión: Seguridad					
	Indicador: Inspirar confianza					
10	El comportamiento del personal de CONCEL, inspiran confianza en los clientes.					
	Indicador: Inspirar seguridad					
11	Los usuarios de CONCEL, se sienten seguros en sus gestiones y/o transacciones.					

	Indicador: Cortesía						
12	El personal de CONCEL, trata con cortesía a los clientes						
	Indicador: Conocimiento para responder preguntas						
13	El personal de CONCEL, tiene información y conocimientos necesarios para responder las preguntas de los clientes.						
	Dimensión: Empatía						
	Indicador: Horarios convenientes						
14	CONCEL, ofrece horarios de funcionamiento convenientes para los clientes.						
	Indicador: Atención personalizada						
15	CONCEL, tiene personal que brinda atención personalizada a sus clientes cuando es requerida.						
	Indicador: Enfocados en el servicio						
16	CONCEL, se esmera en brindar el mejor servicio a sus clientes.						
	Indicador: Interés y preocupación genuina						
17	CONCEL, entiende las necesidades específicas de sus clientes.						
	Indicador: Compromiso de necesidades						
18	CONCEL, muestra interés en los clientes y los toman en cuenta en las decisiones, actividades y proyectos.						
	Dimensión: Elementos tangibles						
	Indicador: Atracción visual de instalaciones físicas						
19	CONCEL, posee instalaciones físicas modernas, cómodas, limpias, agradables y atractivas.						
	Indicador: Apariencia de equipos						
20	CONCEL, tiene equipos modernos y actualizados de acuerdo a los servicios que brinda						
	Indicador: Aspecto personal						
21	En CONCEL el personal se caracteriza por estar bien vestidos, limpios y aseados de acuerdo a su cargo						
	Indicador: Materiales asociado al servicio						
22	En CONCEL los materiales asociados con los servicios que brinda, son actualizados, confiables y de buena apariencia.						

Muchas gracias

ANEXOS

Anexo 1. Valores del coeficiente de correlación de Pearson

Valor	Calificación
$r = 1,00$	Correlación grande, perfecta y positiva
$0,90 \leq r < 1,00$	Correlación muy alta
$0,70 \leq r < 0,90$	Correlación alta
$0,40 \leq r < 0,70$	Correlación moderada
$0,20 \leq r < 0,40$	Correlación muy baja
$r = 0,00$	Correlación nula
$r = - 1,00$	Correlación grande, perfecta y negativa