

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela profesional de Administración y Sistemas



UPLA
UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES

TESIS

Motivación laboral y Calidad del servicio en la Empresa
Inversiones Portaimport SAC. - 2022

Para optar : El Título Profesional de Licenciada en Administración

Autor (es) : Bach. MAYTA ESTRADA GRACIELE
Bach. MEZA SURICHAQUI BRIGITTE LEYDI

Asesor : Mtro. Jesús Cesar Sandoval Trigos

Línea de investigación : Ciencias Empresariales y Gestión de los Recursos

Fecha de Inicio y Culminación : 24-08-23 al 23-08-2024

Huancayo – Perú

2024

HOJA DE APROBACIÓN POR LOS JURADOS

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables**TESIS****“Motivación laboral y Calidad del servicio en la Empresa
Inversiones Portaimport SAC. - 2022”****PRESENTADA POR:**

Bach. Mayta Estrada Graciele
Bach. Meza Surichaqui Brigitte Leydi

PARA OPTAR EL TITULO DE:

Licenciada en Administración

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS
APROBADA POR EL SIGUIENTE JURADO:

DECANO : _____
: Dr. Wilber Gonzalo Vásquez Vásquez

PRIMER
MIEMBRO : _____

SEGUNDO
MIEMBRO : _____

TERCER
MIEMBRO : _____

Huancayo,de..... de 2024

Asesor

Mtro. Jesús Cesar Sandoval Trigos

Dedicatoria

Este trabajo de investigación va dedicado en primera instancia a Dios por darnos la fe, fortaleza y sabiduría para culminar nuestra carrera profesional, y también a nuestros padres por el apoyo constante brindado y estar presente en cada instante del trayecto que recorrimos durante los cinco años que estuvimos en las aulas universitarias de nuestra Alma mater la UPLA y a nuestros compañeros de aula por ese compartir académico diario y el apoyo incondicional demostrado.

Graciele y Brigitte

Agradecimiento

A todos nuestros catedráticos de la Escuela profesional de Administración y Sistemas de la Universidad Peruana Los Andes, con quienes compartimos momentos académicos que han quedado grabado en nuestros corazones, y a quienes representaremos en cada organización que nos toque prestar nuestros servicios.

Al Gerente general la Empresa Inversiones Portaimport SAC. Franklin Porta Lozano y a todos sus colaboradores por habernos brindado todas las facilidades para culminar nuestro trabajo de investigación.

Nuestra gratitud especial a nuestro asesor por guiarnos y volcar sus conocimientos en el presente trabajo de investigación que nos conduce a nuestra pronta obtención del anhelado título profesional.

Graciele y Brigitte

CONSTANCIA DE SIMILITUD



Oficina de
Propiedad Intelectual
y Publicaciones

NUEVOS TIEMPOS
NUEVOS DESAFÍOS
NUEVOS COMPROMISOS

CONSTANCIA DE SIMILITUD

N° 0244 - FCAC -2024

La Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones, hace constar mediante la presente, que la **Tesis**, Titulada:

Motivación laboral y calidad del servicio en la empresa Inversiones Portaimport SAC. - 2022

Con la siguiente información:

Con Autor(es) : Bach. MAYTA ESTRADA GRACIELE
Bach. MEZA SURICHAQUI BRIGITTE LEYDI

Facultad : CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

Escuela Académica : ADMINISTRACIÓN Y SISTEMAS

Asesor(a) : Mtro. SANDOVAL TRIGOS JESUS CESAR

Fue analizado con fecha 27/05/2024; con 125 págs.; en el software de prevención de plagio (Turnitin); y con la siguiente configuración:

Excluye Bibliografía.

Excluye citas.

Excluye Cadenas hasta 20 palabras.

Otro criterio (especificar)

X
X

El documento presenta un porcentaje de similitud de 25 %.

En tal sentido, de acuerdo a los criterios de porcentajes establecidos en el artículo N° 15 del Reglamento de uso de Software de Prevención Version 2.0. Se declara, que el trabajo de investigación: *Si contiene un porcentaje aceptable de similitud.*

Observaciones:

En señal de conformidad y verificación se firma y sella la presente constancia.

Huancayo, 27 de mayo del 2024.



MTRA. LIZET DORIELA MAÑTARI MINCAMI
JEFA

Oficina de Propiedad Intelectual y Publicaciones

Contenido

	Pág.
Portada	
Hoja de aprobación por los jurados	ii
Asesor	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento	v
Constancia de similitud	vi
Contenido	vii
Contenido de tablas	x
Contenido de figuras.....	xi
Resumen	xii
Abstract.....	xiii
Introducción.....	xiv

CAPÍTULO I

Planteamiento del problema

1.1. Descripción de la realidad problemática	17
1.2. Delimitación del problema	22
1.3. Formulación del problema	23
1.4. Justificación de la Investigación.....	23
1.5. Objetivos de la Investigación	25

CAPÍTULO II

Marco teórico

2.1. Antecedentes del estudio	26
2.1.1. Antecedentes internacionales	26
2.1.2 Antecedentes nacionales.....	30
2.2. Bases teóricas o científicas:.....	34
2.2.1. Motivación laboral.....	34

2.2.2. Calidad de servicio	40
2.3. Marco Conceptual.....	46

CAPITULO III

Hipótesis

3.1. Hipótesis General:	49
3.2. Hipótesis Específicas:.....	49
3.3. Variables de la Investigación y operacionalización:	50
3.3.1. Definición conceptual.....	50
3.3.2. Matriz de Operacionalización de variables	51

CAPÍTULO IV

Metodología

4.1. Método de investigación.....	53
4.2. Tipo de la investigación.....	55
4.3. Nivel de investigación	55
4.4. Diseño de la investigación.....	56
4.5. Población y muestra	57
4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	59
4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	66
4.8. Aspectos éticos de la investigación	66

TÍTULO V

Resultados de la investigación

5.1. Descripción de resultados de las variables de estudio	68
5.2. Contrastación de Hipótesis	78
Análisis y discusión de resultados	91
Conclusiones.....	98
Recomendaciones	100
Referencias Bibliográficas.....	102

ANEXOS	106
Anexo 1: Matriz de Consistencia.....	107
Anexo 2: Matriz de Operacionalización de las variables	108
Anexo 3: Matriz de Operacionalización del instrumento.....	110
Anexo 4: Instrumento de Investigación.....	112
Anexo 5: Confiabilidad del Instrumento.	116
Anexo 6: Base de procesamiento de Datos	119
Anexo 7: Compromiso de autoría.....	121
Anexo 8: Consentimiento informado	123
Anexo 9: Fotos de la aplicación del instrumento	124

Contenido de tablas

	Pág.
Tabla 1. Trabajadores de la Empresa Inversiones Portaimport SAC. – 2022	57
Tabla 2. Muestra de la investigación	58
Tabla 3. Técnica e instrumentos de investigación	59
Tabla 4. Baremo de Interpretación del Alfa de Crombrach	63
Tabla 5. Variable motivación laboral	68
Tabla 6. Dimensión factores motivacionales.....	70
Tabla 7. Dimensión factores de higiene	71
Tabla 8. Variable calidad de servicio	72
Tabla 9. Dimensión elementos tangibles	73
Tabla 10. Dimensión confiabilidad	74
Tabla 11. Dimensión capacidad de respuesta.....	75
Tabla 12. Dimensión seguridad	76
Tabla 13. Dimensión empatía.....	77
Tabla 14. Cálculo estadístico entre la motivación laboral y la calidad del servicio.....	79
Tabla 15. Calculo Estadístico entre la motivación laboral y los elementos tangibles.....	81
Tabla 16. Estadístico de prueba entre la motivación laboral y la confiabilidad.....	83
Tabla 17. Estadístico de prueba entre la motivación laboral y la capacidad de respuesta ..	85
Tabla 18. Estadístico de prueba entre la motivación laboral y seguridad	87
Tabla 19. Estadístico de prueba entre la motivación laboral y la empatía	89

Contenido de figuras

	Pág.
Figura 1. Aspectos que motivan y no motivan al trabajador en una Organización.....	18
Figura 2. Factores que motivan a que los trabajadores sean más productivos	20
Figura 3. Variable Motivación laboral	69
Figura 4. Factores motivacionales	70
Figura 5. Factores de higiene.....	71
Figura 6. Calidad de servicio.....	72
Figura 7. Dimensión elementos tangibles	73
Figura 8. Confiabilidad.....	74
Figura 9. Capacidad de respuesta	75
Figura 10. Seguridad	76
Figura 11. Empatía	77
Figura 12. Variable motivación laboral.....	79
Figura 13. Hipótesis específica: motivación laboral y los elementos tangibles	81
Figura 14. La motivación laboral y la confiabilidad	83
Figura 15. La motivación laboral y la capacidad de respuesta.....	85
Figura 16. Motivación laboral y seguridad.....	87
Figura 17. La motivación laboral y la empatía.....	89

Resumen

El objetivo general de la presente investigación fue determinar cómo se relaciona la motivación laboral con la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022., y cómo enunciado del problema general ¿Cómo se relaciona la motivación laboral con la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022? Por lo que se utilizó en su desarrollo al método científico como general de investigación, además del método hipotético – deductivo, con enfoque cuantitativo (uso de la estadística y métodos numéricos), de tipo Básica o pura, de nivel correlacional, con diseño de investigación no experimental -transeccional. Considerando a 22 colaboradores de la empresa objeto de estudio, participantes en el llenado de los cuestionarios de encuesta de cuyo análisis y procesamiento de datos se concluyó: que la motivación laboral se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022; al obtener un Rho Spearman hallado de 0.836., con un 5% de probabilidad de error; por lo que se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1) y recomendó mejorar las políticas de motivación e incentivo para el personal, entendiendo que los colaboradores no ofrecerán lo mejor de sí mismos, sino están satisfechos o si sienten que no son valorados por su compromiso e involucramiento funcional, por lo que, con las capacitaciones y mejoramiento de incentivos se maximizaran su interés laboral, su crecimiento y desarrollo, además de proveerles un buen clima y cultura organizacional, con el que se lograra su involucramiento con mejorar la calidad del servicio que prestan en la empresa.

Palabras clave: Motivación laboral y Calidad de servicio.

Abstract

The general objective of this research was to determine how work motivation is related to the quality of service in the Company Inversiones Portaimport SAC - 2022., and how to state the general problem How is work motivation related to the quality of service in the Company Inversiones Portaimport SAC - 2022? Therefore, the scientific method was used in its development as a general research, in addition to the hypothetical – deductive method, with a quantitative approach (use of statistics and numerical methods), of Basic or pure type, of correlational level, with non-experimental -transitional research design. Considering 22 employees of the company under study, participants in the completion of the survey questionnaires whose analysis and data processing was concluded: that work motivation is significantly related to the quality of service in the Company Inversiones Portaimport SAC - 2022; by obtaining a Rho Spearman found of 0.836., with a 5% probability of error; so the null hypothesis (H0) is rejected and the alternative hypothesis (H1) is accepted and recommended improving motivation and incentive policies for staff, understanding that employees will not offer the best of themselves, if they are satisfied or if they feel that they are not valued for their commitment and functional involvement, so, With the training and improvement of incentives, their labor interest, growth and development will be maximized, in addition to providing them with a good organizational climate and culture, with which their involvement will be achieved with improving the quality of the service they provide in the company.

Keywords: Work motivation and Quality of service.

Introducción

A través de la presente investigación se determina la existencia de una relación entre las variables de estudio, es decir entre la motivación laboral y la calidad de servicios en la Empresa Inversiones Portaimport S.A.C. - 2022, del cual se da inicio a varias interrogantes relacionadas de como los colaboradores de una organización pueden ser determinantes en su éxito y posicionamiento en el mercado, donde crecen y se desarrollan, como resultado de las actividades funcionales que desarrollan de manera eficiente o simplemente por tener que cumplirlas, de allí el rol de la motivación laboral como un impulso que estimula el desenvolvimiento eficiente en el desempeño y rendimiento del trabajador, el mismo que se refleja en la calidad del servicio que presta y este a su vez en la satisfacción y preferencia de los clientes externos de una empresa.

Consecuentemente, se desarrolla la investigación a fin de establecer dicha relación entre las categorías del tema de estudio, por lo que se formula el siguiente objetivo de investigación: Determinar cómo se relaciona la motivación laboral con la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC – 2022.

De manera que, se toma en consideración al método general de la metodología científica, de tipo Aplicada por cuanto se busca dar uso práctico a los conocimientos en la solución de los fenómenos identificados en la empresa objeto de estudio, de enfoque Cuantitativo debido al uso de la estadística y los métodos numéricos, como métodos específicos a hipotético, deductivo, de nivel correlacional, con diseño de investigación No experimental - transeccional debido al acopio de data en un solo momento de tiempo; teniendo a una población y muestra tipo censo de 22 colaboradores de la empresa. Por consiguiente, se utiliza a la técnica de investigación Encuesta para acopiar datos, con sus instrumentos los cuestionarios a fin de medir la motivación laboral y la calidad del servicio; ambos debidamente validados y confiabilizados.

Por lo que, la investigación cumplirá con lo exigido por el vigente Reglamento general de grados y títulos de pre grado de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana Los Andes; considerando los siguientes capítulos:

En el Capítulo I denominado “Planteamiento del problema” se desarrolla una descripción puntualizada de la realidad problemática que conlleva a la investigación, se consignan las delimitaciones, planteamiento de los enunciados del problema general y específicos, las justificaciones, y la formulación de los objetivos general y específicos.

En el Capítulo II, denominado “Marco teórico” se presentan los antecedentes de investigación a nivel nacional e internacional, los mismos que han sido aceptados y validados por la comunidad científica y colgados en su repositorio institucional, cerrando este capítulo con las definiciones de términos.

Capítulo III, titulado “Hipótesis” se presentan las Hipótesis de la investigación, además de conceptualizar las variables consideradas en el tema de investigación (motivación laboral y calidad de servicio) adicionalmente de desarrollar la operacionalización de las categorías mediante una matriz.

En el Capítulo IV, denominado “Metodología de la investigación” se realiza la estructura metodológica del estudio en consideración al tipo, métodos, enfoque, nivel y diseño de investigación, así como considerar las técnicas e instrumentos de recopilación de data con sus respectivas fichas técnicas, previo a ser aplicadas a las unidades de análisis de la población y muestra seleccionada, además de mencionar las técnicas de recojo y procesamiento de datos, culminando con consideraciones éticas.

En el Capítulo V, se analizan y presentan los resultados de la investigación, mediante tablas, y figuras estadísticas.

Capítulo VI, se consideró las referencias bibliográficas utilizadas en la formulación de todo el trabajo de investigación.

Se culmina anexando todos los anexos y evidencias solicitadas por el documento normativo de grados y títulos UPLA.

CAPÍTULO I

Planteamiento del problema

1.1. Descripción de la realidad problemática

Mundialmente todas las organizaciones se vieron afectadas con la reciente crisis económica vivida, como consecuencias de la coyuntura pandémica por el Covid 19., de cuyos efectos negativos en el ámbito empresarial termino por reflejarse en todos los sectores económicos, de manera muy dura, como es el caso del sector comercial que como efectos del aislamiento social obligatorio decretado por los gobiernos de los diferentes países, tuvieron que cerrar sus puntos de ventas, produciéndose problemas de liquidez, desempleo y desmotivación laboral en los colaboradores, al extremo de que muchas empresas tuvieron que cerrar, por la imposibilidad de enfrentar un mercado que únicamente se orientaba a consumir artículos y productos de primera necesidad, para poder sobrevivir tan terrible coyuntura. Grande, I. (2018).

Consecuentemente, a la fecha tenemos a las organizaciones retomando sus actividades y recuperándose gracias al compromiso e involucramiento de sus colaboradores, considerados como el factor de éxito o fracaso organizacional; es aquí

donde mantenerlos altamente motivados se convierte en un reto que tiene que asumir los directivos y la empresa; puesto que se ha determinado que cuanto más motivado este un trabajador, entonces estos serán más productivos, por lo que permanentemente se debe de medir el nivel de motivación de los trabajadores, teniendo en cuenta una serie de factores de índole interno y externo al empleado; como es el caso en que vienen o no logrando sus metas y objetivos personales y profesionales dentro de la empresa. De lo anterior, se afirma que el logro de objetivos y metas los mantiene ocupados, y motivados; sobre el cual ponen el máximo de sus esfuerzos. De lo contrario, es necesario mencionar que si no se toma en cuenta si vienen satisfaciendo sus necesidades y cumpliendo sus objetivos dentro de la empresa, entonces las inversiones de fuertes cantidades de dinero no se justificaran, debido a que los resultados serán negativos y no justificaran la inversión realizada., lo que es peor aún ira en desmedro del mismo desempeño laboral del trabajador y consecuentemente en contra de la organización. En consecuencia, es de necesidad conocer que motiva y que no motiva a los colaboradores. Jefe, E. (2020).

Figura 1.

Aspectos que motivan y no motivan al trabajador en una Organización



Fuente: Word press 2021

Por esta razón Molano, A. (2018) nos dice, que la motivación, los incentivos y las recompensas son de trascendencia en el éxito organizacional, debido a que se utilizan en la orientación de los esfuerzos del personal hacia el cumplimiento óptimo de la organización. El tener que recompensar y motivar a los mejores trabajadores sin duda que incrementa la productividad, siempre que sus objetivos y necesidades se estén cumpliendo.

En Latinoamérica, se viene experimentando cada vez con más fuerza la globalización de los mercados en todos los sectores económicos existentes., del cual no es ajeno el sector comercial, el mismo que se viene caracterizando por la innovación permanente, y la competencia entre organizaciones de este sector, dentro del cual, el principal punto de diferenciación es la calidad garantizada de los servicios, en consideración que los clientes actuales lo exigen; Moliner, C. (2016) enfatiza que, la calidad de servicio se ha convertido en la empresas la principal prioridad competitiva sobre el cual una empresa logra diferenciarse de los demás. Por consiguiente, las empresas refieren que la obtención de niveles altos de producción, no es otra cosa sino el resultado de la buena calidad de servicio que se brinda a los clientes de una empresa; Pero para obtener estos resultados primeramente se debe lograr tener trabajadores motivados, debido a que es la única vía de obtener el éxito. es decir, que la motivación del personal y la calidad del servicio es una herramienta estratégica para diferenciarse de la competencia directa.

El Perú, no ha sido ajeno a la coyuntura vivida por el Covid 19., del cual el sector empresarial se viene también recuperando, así como también los colaboradores que han desarrollado niveles altos de ansiedad y desmotivación laboral como consecuencia de la pandemia vivida. Sin embargo, como es característico en los trabajadores peruanos estos vienen asumiendo nuevos retos laborales, debido a los cambios vertiginosos post pandemia que se han hecho presentes en el ámbito político, económico, tecnológico, social, ambiental

y comercial, sumándose los nuevos comportamientos de compra de los clientes y consumidores, que exigen cambios sustanciales en la manera de prestar servicios en las empresas. Torres, V. C. (2016)

Ahora bien, en este contexto, son los trabajadores quienes son el factor determinante para garantizar la calidad de los servicios que se prestan en las empresas, por consiguiente deben estar lo suficientemente motivados como para responder adecuadamente a las exigencias del cliente y de las organizaciones, es decir, que deben sentirse valorados, tomados en cuenta en la toma de decisiones de la empresa, ser capacitados, pagados con equidad y justicia, lograr sus metas y objetivos personales, profesionales y familiares, adicionalmente de satisfacer sus deseos y necesidades de reconocimiento, autorrealización, seguridad, afiliación, y fisiológicos, tal cual se observa en la figura.

Figura 2.

Factores que motivan a que los trabajadores sean más productivos



Fuente: QuestiónPro

Es de verse en los resultados de la figura que se han obtenido de la encuesta realizada por la consultora Supera en diferentes departamentos de nuestro país; que claramente los encuestados refieren a tres factores motivantes de la productividad y el buen desempeño en las empresas, siendo el reconocimiento, capacitaciones y la comunicación.

De todo lo anterior, resulta que en la presente investigación se observó y analizo a la Empresa Inversiones Portaimport SAC., especializada en la venta al por mayor no especializada de artículos y accesorios de bisutería con más de diez años en el mercado huancaíno, ubicada en una zona altamente comercial y competitiva, en donde la frecuencia de ventas y compras es altísima; sin embargo, se vienen recepcionado constantes quejas y reclamos respecto a la calidad de los servicios prestados por los trabajadores, de quienes los clientes indican que no están capacitados como para servir eficientemente, además de no generarles confianza, debido a que desde que ingresan al local sienten estar acosados por la presencia del personal de ventas, adicionalmente de encontrarlos poco empáticos, y desconocer las características técnicas de los productos cuando los clientes solicitan información objetiva y veraz para elegir y decidir la compra, lo que repercute directamente en las expectativas, percepción y satisfacción de los clientes que optan por ir a la competencia; esta situación preocupante va en desmedro de la reputación y utilidades de la organización.

De modo que, entre las posibles causas de esta realidad problemática se tendría a la ausencia de capacitaciones dirigidas al personal que labora, además de no contar con políticas adecuadas para motivar laboralmente al personal, y a la calidad de servicio, debido a que no se viene valorando al esfuerzo y compromiso del personal, además de no estar pagando unas remuneraciones que sean suficientes para cubran sus necesidades e incentiven al involucramiento en favor de la empresa, y la débil comunicación con los jefes;

dado que los trabajadores sienten que los directivos y dueños de la empresa solo están interesados en generar utilidades a toda costa, dejando de lado la importancia que significan los trabajadores en el éxito organizacional.

De lo anterior, se colige que de no darse solución a esta problemática, se estaría garantizando que el personal que labora no mejore su desempeño laboral y por ende se siga manteniendo la cuestionada calidad de servicio, así como se afectaría a la cartera de clientes, puesto que se estaría favoreciendo a la deserción, afectando a la imagen institucional, del cual los competidores directos podrían estar sanando ventajas competitivas; por lo expuesto, se ve la necesidad de realizar la investigación a fin de determinar la relación o no entre las variables de estudio.

1.2. Delimitación del problema

1.2.1. Delimitación Espacial

La delimitación del espacio en el cual se desarrolló la investigación, se circunscribe a las instalaciones y punto de venta de la Empresa Inversiones Portaimport SAC., situado en el Jr. Cajamarca N° 267 del cercado de Huancayo del departamento de Junín.

1.2.2. Delimitación Temporal

La delimitación en el tiempo, se circunscribe al periodo 2022, en el que se desarrolló cada una de las etapas investigativas del presente estudio.

1.2.3. Delimitación Conceptual o temática

El dominio teórico del presente estudio se desarrolló en consideración a las dos variables consideradas en el tema de investigación: motivación laboral y calidad del servicio, y sus respectivas sub categorías e indicadores, como se detalla a continuación: Motivación laboral (V1) con sus sub categorías: factores motivacionales y factores de higiene.

Calidad del servicio (V2) con sus sub categorías: Calidad del servicio, Tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

1.3. Formulación del problema

1.3.1. Problema General

¿Cómo se relaciona la motivación laboral con la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022?

1.3.2. Problemas Específicos

- a. ¿Cómo se relaciona la motivación laboral con los elementos tangibles en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022?
- b. ¿Cómo se relaciona la motivación laboral con la confiabilidad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022?
- c. ¿Cómo se relaciona la motivación laboral con la capacidad de respuesta en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022?
- d. ¿Cómo se relaciona la motivación laboral con la seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022?
- e. ¿Cómo se relaciona la motivación laboral con la empatía en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022?

1.4. Justificación de la Investigación

1.4.1. Justificación Social

Los resultados que se obtuvieron con la investigación, serán de utilidad para hacer frente a la realidad problemática que se presentan en las empresas del sector comercial de esta localidad y de la Región Junín, respecto a la desmotivación laboral en los trabajadores como indicador del nivel bajo de desempeño e insatisfacción laboral, que se refleja en la mala calidad del servicio prestado que en muchos casos llevan al fracaso organizacional.

En ese sentido, se presenta objetivamente aquellos factores responsables para generar la motivación en los colaboradores, así como las dimensiones que se deben considerar para prestar los servicios con calidad garantizada, lo que permitirá el mejoramiento en el compromiso, involucramiento y responsabilidad de los empleados para desenvolverse laboralmente tal cual la empresa y sus directivos esperan; favoreciendo a la empresa, al mismo personal y a los clientes externos. Consecuentemente se podrá replicar en organizaciones de otros sectores que deseen mejorar su nivel de rendimiento laboral e incrementar la calidad de sus servicios.

1.4.2. Justificación Teórica

La estructura teórica que se formula en el presente estudio, será de utilidad para complementar las teorías existentes relacionadas a la motivación laboral y la calidad de servicio, como las de Herzberg, F. quien sostiene que los trabajadores se sienten motivados cuando realmente son retribuidos con equidad, y sobre el cual Zeithaml, Parasuraman y Berry nos dicen que la calidad del servicio se garantiza; siempre que todo el componente vivo de la empresa esté involucrado con sus actividades; lo que lógicamente contribuye en la mejora permanente de los servicios como resultado de lograr niveles de motivación alta en los empleados de una organización. Al mismo tiempo, la investigación será una fuente viva de conocimiento teórico científico, de utilidad en investigaciones futuras que podrán ser desarrolladas por académicos e interesados en profundizar el tema estudiado.

1.4.3. Justificación Metodológica

El estudio ofrece una estructura metodológica desarrollada en observancia a procedimientos y técnicas científicas, confiables y validadas por la comunidad científica, la que puede ser considerada y mejorada en investigaciones; además para cumplir con los propósitos de la investigación se formularon dos instrumentos de recojo de información

destinados a medir el comportamiento de la motivación laboral y la calidad del servicio, los mismos que son un aporte metodológico de importancia; así mismo se ofrecen matrices metodológicas para el tratamiento de cada una de las categorías y sus categorías de estudio.

1.5. Objetivos de la Investigación

1.5.1. Objetivo General

Determinar cómo se relaciona la motivación laboral con la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

1.5.2. Objetivos Específicos

- a. Determinar cómo se relaciona la motivación laboral con los elementos tangibles en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.
- b. Establecer cómo se relaciona la motivación laboral con la confiabilidad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.
- c. Determinar cómo se relaciona la motivación laboral con la capacidad de respuesta en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.
- d. Establecer cómo se relaciona la motivación laboral con la seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.
- e. Determinar cómo se relaciona la motivación laboral con la empatía en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

CAPÍTULO II

Marco teórico

2.1. Antecedentes del estudio

2.1.1. Antecedentes internacionales

Palacios, S. (2022) en su tesis “La Motivación y su influencia en la Productividad de los Colaboradores de la Empresa Novartis de la ciudad de Guayaquil”., (tesis de maestría) sustentada en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil – Ecuador, con la finalidad de hacer un análisis a la motivación de los trabajadores de la empresa Novartis de la ciudad de Guayaquil y como está influye en la productividad. Usando una metodología de tipo no experimental, con corte transversal, diseño correlacional, y de enfoque cuantitativo con un alcance descriptivo, con un universo poblacional de 71 trabajadores y una muestra de 58 unidades de estudio; a quienes se aplicó la encuesta, y los cuestionarios, cuya data recogida se procesó con el Microsoft Excel y SPSS Statistic v.25 y la Rho de Pearson. Concluyendo: a. La variable motivación laboral es elemento de

éxito organizacional que no debe de faltar en una empresa. Debido al papel de tener satisfecho laboralmente al trabajador con sus funciones y puestos de trabajo, para de esta manera incrementar los niveles de productividad en la empresa., b. Que, implementar estrategias para motivar al personal resulta fundamental debido a que influye directamente en los resultados empresariales. Además, se identificó que, los programas de capacitación tienen el fin de incrementar los niveles de productividad laboral fortaleciendo sus habilidades y conocimientos impartidos diariamente en el desarrollo de sus funciones., c. Se determinó que las dimensiones de reconocimiento y necesidades de afiliación, son las que más requieren ser atendidas por los jefes. Se comprobó la existencia de correlación entre la motivación laboral y la productividad laboral con una relación positiva y directa debido a que se obtuvo una rho de Pearson de 0.705.

Proaño, E. (2022) en su tesis “Motivación y desempeño en el área de producción de la “Corporación Impactex Ltda.” en la era post covid-19”., (tesis de maestría) desarrollada para la Universidad Técnica de Ambato, Ambato – Ecuador, con el objetivo general de investigar ambas variables en el área de producción de la “Corporación Impactex Ltda.” en la era post COVID-19. Utilizando una investigación cuantitativa, de nivel correlacional, de alcance inductivo, descriptivo, exploratoria y de modalidad de campo, consideró a 60 operarios como población y una muestra de 50 unidades, en quienes se aplicó a la encuesta, con los cuestionarios, de cuya data recopilada y previo análisis e interpretación se concluyó: a. Se determinó que las motivaciones se agrupan en dos la motivación intrínseca que depende del interior del mismo trabajador y la motivación extrínseca que depende de factores externos al mismo colaborador; en ese sentido en la pandemia por el Covid-19 se determinó que los recursos económicos eran el motivante necesario para subsistir a la coyuntura incierta del momento, y las motivaciones trascendentales permitieron que las personas se impulsen en ayudar a otros, evitando ser

indiferentes a la problemática de los demás., b. Que, los modelos motivacionales como la Teoría de las necesidades logro, poder y afiliación de McClelland son detonantes para al desempeño laboral en los trabajadores, así como la Teoría de los dos factores de motivación de Herzberg que se orientan en satisfacer laboralmente a los trabajadores, e incrementar su rendimiento laboral como resultado de motivarlos en el trabajo.

Rodríguez, N. (2020) desarrollo su investigación titulada “Análisis de la motivación laboral de los funcionarios públicos: un estudio desde el Hospital General de Machava, en Mozambique”; sustentada en la Universidad de Chile, considerando el siguiente objetivo general de analizar la motivación laboral de los funcionarios públicos del Hospital General de Machava de Mozambique. Desarrollando una investigación de enfoque cuantitativo de tipo exploratorio, de método estadístico descriptivo, no experimental, con una población de 227 funcionarios y muestra 81 funcionarios que rellenaron los cuestionarios de encuesta y las entrevistas; de cuya data procesada se concluyó: a. Que, la motivación laboral promueve al desarrollo de la ejecución del trabajo en los funcionarios del HGM, aportando valor y calidad a su función, y con ello, a los beneficiarios del establecimiento. Es decir, funcionarios más motivados entregan un mejor servicio., b. Que, el 62,4% personal técnico de salud refiere sentirse muy motivado, seguido de los profesionales médicos con un 60,0% y el personal administrativo, con un 59,4%.

Camarena, D. (2019); en su tesis “Motivación laboral y su relación con la Calidad del servicio”., (tesis de maestría), para la Universidad Latina de Panamá, con el objetivo de conocer sobre la satisfacción laboral y los factores que la determinan, la forma en que puede medirse, la importancia que tiene para el desempeño del personal y la calidad del servicio en el área de la salud. Para lo que utilizó un estudio descriptivo, con revisión bibliográfica, no experimental-transaccional, utilizando a una población y muestra de 72

personal de salud, se utilizó a cuestionarios de encuesta, de cuyos datos procesados se concluyó: a. Se determinó que, a mayor grado de motivación laboral, entonces el grado de satisfacción laboral del profesional o personal de la salud es mayor., b. Que, cuando las personas no están motivadas, se cree o se piensa que tampoco estarán satisfechos, de tal manera, que el desempeño en su trabajo pudiera verse afectado, es decir, que la satisfacción va ligada a la motivación; una persona satisfecha en su trabajo va a trabajar motivado, una persona poco satisfecha es muy poco probable que trabaje motivado.

Vera, C. (2019) en su tesis desarrollada con el título “La Motivación y su influencia en la Satisfacción laboral del personal de galletas PUIG”., presentada a la Universidad Católica Andrés Bello de Caracas – Venezuela; con el siguiente propósito general de identificar los factores de motivación de Herzberg y cómo influyen en el personal administrativo de Galletas Puig. Utilizándose un método de estudio de tipo no experimental, de nivel descriptivo, con una población y muestra de 45 trabajadores 99 trabajadores entre administrativos y el gerente administrativo, y una muestra de 49 unidades de análisis, se aplicó a la encuesta, y análisis documental como técnicas de recojo de datos con sus instrumentos, llegando a concluir: a. Que, los trabajadores de la empresa estudiada se encuentran satisfechos laboralmente habiendo obtenido un 71%, de lo manifestado por los encuestados; además indican que se encuentran moderadamente satisfechos en relación a las condiciones físicas que ofrece las áreas de trabajo y los beneficios sociales., b. Que, los factores extrínsecos necesitan mejorarse en la compañía, por cuanto no se vienen aplicando correctamente y vienen generando cierto nivel de insatisfacción en los trabajadores causando a la vez desmotivación reflejada en la satisfacción laboral y la calidad de su desempeño y atención a los clientes.

2.1.2 Antecedentes nacionales

Núñez, M. et al. (2021) en su investigación realizada con el título “Motivación laboral y Calidad de servicio de la empresa GEINSA – Lima 2021”; para la Universidad Tecnológica del Perú de Lima – Perú; con el objetivo general de Determinar la relación de la motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa Geinsa – Lima 2021. Utilizándose un método de investigación de tipo descriptivo- correlacional, de diseño no experimental (transversal), población de 119 trabajadores y muestra de 44 trabajadores de la empresa GEINSA, en quienes se utilizó a la encuesta, y el cuestionario, para recoger datos, de cuyo procesamiento se concluyó: a. Se determinó la existencia de una relación directa al obtener un nivel alto de 87.1% entre motivación laboral y calidad de servicio de la empresa estudiada., b. En relación a la motivación de la dimensión logros se determinó la existencia de una relación directa con la calidad de servicio de la empresa GEINSA - Lima 202., al obtener un p valor de $0.035 < 0.05$ y un nivel bajo (31.8%)., c. Que la dimensión motivación de poder tiene una relación directa con la calidad de servicio de la empresa GEINSA-Lima 2021., al obtener un p valor de $0.037 < 0.05$ y un nivel bajo (28.7%)., d. Que, la dimensión motivación de afiliación tiene una relación directa con la calidad de servicio de la empresa GEINSA-Lima 2021., al obtener un p valor de $0.002 < 0.05$ y un nivel medio (46.1%).

Gonzales, E. (2021) en su tesis “Motivación Extrínseca y Desempeño Laboral de los colaboradores del área de acopio de la Empresa Minera Yanaquihua S.A.C. Arequipa, 2019”; para la Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca – Perú, con el propósito de determinar la influencia de la motivación extrínseca en el desempeño laboral de los colaboradores del área de acopio de la empresa mencionada. Metodología de nivel descriptivo, de tipo cuantitativo, aplicada, no experimental, con un universo poblacional de 50 trabajadores mineros y una muestra de 27 mineros de la empresa referida, quienes

participaron del llenado de los cuestionarios de encuesta, con lo que se recogieron los datos de interés; que procesados con el Excel y SPSS v. 25 se llegó a las conclusiones siguientes: a. Hallado el coeficiente r de Pearson de 0.522 se determinó que la motivación extrínseca influye moderada y positivamente en el desempeño laboral de los trabajadores del área de acopio., b. Hallado el coeficiente r de Pearson de 0.608 se determinó que política salarial sí influye en el desempeño laboral de los colaboradores del área de acopio., c. Asimismo, obteniendo un coeficiente r de Pearson de 0.481 se determinó que las condiciones laborales influyen en el desempeño laboral de los colaboradores del área de acopio.

Del Carpio, G. & Marín, D. (2020). en su tesis “Motivación laboral y calidad del servicio en un una empresa gastronómica de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018”., (tesis de maestría) desarrollado en la Universidad Privada del Norte de Lima – Perú; considerando como objetivo primordial de determinar la relación que existe entre la motivación laboral y la calidad del servicio., investigación de tipo básico, de nivel descriptivo – correlacional, cuantitativo, no experimental, de corte transeccional, con un universo poblacional de 52 colaboradores y 62 comensales, utilizando se al muestreo probabilístico, aplicándose técnica de la encuesta y sus cuestionarios; de cuya data procesada se concluyó: a. Se determinó la relación positiva alta y significativa entre la motivación laboral y la calidad del servicio en la empresa referida (R_s de 0.792), lo que representa que el personal cuanto más motivado se encuentre, entonces su actitud y compromiso será mejor y por lo tanto mejor el desarrollo de sus actividades laborales., b. En relación a las expectativas laborales de los empleados se determinó que existe una relación directa con la calidad del servicio en la empresa gastronómica, al hallarse un Rho de Spearman de 0.743, demostrándose la correlación positiva moderada. Es decir, que los trabajadores se involucran activamente en conseguir los objetivos institucionales, siempre que se sientan

seguros y cómodos con sus labores y la empresa, del cual directamente son beneficiarios los clientes., c. Que, las condiciones laborales se relacionan moderada y directamente con la variable calidad del servicio, al obtener un Rho de Spearman de 0.677, es decir, que, si los trabajadores cumplen sus funciones en condiciones laborales sanas y con las facilidades que requieren, entonces tendrán una mejor performance en sus horas de trabajo, y brindarán la atención cumpliendo los estándares de calidad en favor de los clientes., d. Que la dimensión reconocimiento laboral se relaciona de manera directa y alta con la calidad del servicio en la empresa gastronómica, al obtener un Rho de Spearman 0.855, es decir, que cuando el personal se siente reconocido y valorado entonces mejor atiende al cliente, debido a que cuanto más reconocidos se siente por sus compañeros o jefes, entonces se muestran más predispuestos a desempeñarse mejor.

Gonzales, L. (2019); en su tesis “La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018”., (tesis de maestría) de la Universidad Tecnológica del Perú, cuyo propósito fue determinar la existencia de relación entre ambas variables de estudio. Utilizándose una metodología de tipo básica, de enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, descriptiva, correlacional; con una población de 385 clientes y muestra de 79 clientes; aplicándose la técnica encuesta y observación, y sus instrumentos cuestionarios y ficha de observación, concluyendo: Que en ambas variables calidad de servicio y satisfacción del cliente; se ha determinado la existencia de una relación positiva y alta al obtener un Rho Spearman de 0.507 con un nivel de significancia de 0,000. Por lo que, la calidad de servicio es determinante en la satisfacción de los clientes, es decir, que el buen trato, rapidez en la atención, puntualidad en la entrega de los platos, la salubridad e higiene de los locales, repercuten positiva o negativamente en los comensales; por lo que se debe de

mejorar las dimensiones de la calidad de servicio a fin de influir positivamente en la percepción y expectativas de los consumidores y generarles satisfacción.

Arbañil, K. (2019), en su tesis “La Calidad de servicio como efecto de la Motivación institucional en el área comercial de la empresa Aseguradora Pacifico Seguros”, desarrollado para la Universidad Tecnológica del Perú; con el objetivo general de delimitar la calidad de servicio y el efecto de motivación institucional., utilizando el método inductivo, no experimental, de tipo aplicada, descriptiva; considerando a una población y muestra conformada por dos gerentes del área comercial, a quienes se entrevistaron (técnica de recojo de datos) a través de las fichas de entrevista estructurada, de cuyos datos recopilados se concluyó que en la compañía aseguradora no existe un plan adecuado de motivación institucional que permita generar satisfacción laboral en colaboradores y de esta manera lograr en ellos su identificación con el cumplimiento de sus funciones y con la organización., b. Que, pese a que la compañía aseguradora ofrece a su personal un ambiente laboral sano, capacitaciones, adecuada comunicación es evidente que el personal no se sienta comprometido, debido a que no se sienten realmente valorados y reconocidos., c. Se ha determinado que la motivación institucional se relaciona directamente con la calidad de servicio, por lo que, se refleja en los resultados de la encuestadora Ipsos, que mide la calidad prestada en los servicios de este tipo de compañías, que según el ranking anual está muy por debajo de lo establecido por la misma aseguradora, infiriendo que se deben de realizar mejoras relacionadas a los principales motivadores para que el personal se desenvuelva eficientemente y maximice la calidad en el servicio, evitando y disminuyendo los reclamos por parte de los usuarios.

2.2. Bases teóricas o científicas:

2.2.1. Motivación laboral

2.2.1.1. Definiciones:

Jefe, E. (2020) define que la motivación “esta considera en las organizaciones, como aquel primer paso que conlleva a los empleados a accionar para alcanzar eficazmente con objetivos propuestos”. (p.72)

Herzberg, F. (2009) sostiene que “los trabajadores realmente se sienten motivados cuando sienten que su esfuerzo realizado es realmente retribuido con equidad, la misma que es comparada con la de otro trabajador y si no existen diferencias entonces percibe la equidad y la motivación justa”. (p. 39)

Para Reeve, J. (2019) la motivación resulta “de la interacción existente entre el trabajador y el contexto que lo rodea., es decir que los resultados conseguidos por esta interacción es lo que va motivar o desmotivar al trabajador”. (p. 148)

Salazar, C. (2018) menciona que la motivación “son aquellos procesos relacionados a la intensidad, compromiso, dirección y persistencia en los esfuerzos que realiza un trabajador con el propósito de conseguir sus metas asignadas. (p. 79)

De lo anterior, se puede realizar la siguiente conclusión, que el personal de una organización requiere de acciones destinadas a mantenerlas motivadas, con el fin de orientarlas a que alcancen sus metas y objetivos, vale decir, que es responsabilidad de los directivos en mantenerlos motivados y empujarlos con acciones que los incentiven como valorarlos, premiarlos, ascenderlos, darles reconocimiento y participación en la solución de problemas, entre otras acciones que conduzcan al buen desempeño e involucramiento con la empresa. Por lo que los directivos deben tener y diseñar estrategias claras sobre la motivación del personal.

2.2.1.2. Importancia de la motivación laboral

Jefe, E. (2020) refiere que el nivel de motivación laboral en los colaboradores de una empresa, tiene repercusión directa en su desempeño y productividad laboral, por lo que, la motivación laboral se convierte en el factor central del desempeño y productividad, que son elementos que conllevan al éxito de cualquier organización, vale decir, que cuanto más motivados ya que un alto grado de motivación laboral incrementa la determinación con el que los colaboradores cumplan eficientemente con sus funciones y responsabilidades, favoreciendo al incremento de su productividad.

Por lo anterior, se debe considerar que la motivación es el factor de más importancia en el contexto de trabajo y uno de los nada fáciles de manejar y de evaluar, sin embargo, se debe realizar por cuanto es el camino al éxito organizacional y el desarrollo sostenible de un país. Este mismo autor, refiere que cuando una empresa se preocupa por motivar a su personal, esta mejora en todo sentido, al extremo de elevar su imagen institucional y sacar ventajas comparativas con sus competidores más cercanos, además de conseguir otros beneficios como:

- Se incrementa la responsabilidad y el compromiso con la empresa.
- Se incrementa el rendimiento laboral del personal motivado.
- Se incentiva la innovación y a las habilidades creativas.
- Disminuyen los accidentes laborales.
- Mejora el trabajo coordinado y en equipo.
- Se mejora las relaciones entre trabajadores.
- Se vuelven más competitivos laboralmente.
- Se fomenta la competitividad empresarial.
- Mejora la imagen corporativa de la empresa. (p. 65)

2.2.1.3. ¿Qué es el ciclo motivacional?

Para Reeve, J. (2019) sostiene que la motivación humana tiene un carácter cíclico debido a que la satisfacción de las necesidades de los trabajadores es transitoria, ya que siempre aparecen nuevas necesidades, volviendo a repetirse la necesidad de satisfacerlos. Por lo que, el comportamiento de una persona está basada en solucionar problemas y satisfacer necesidades que van apareciendo en el camino, sino se satisfacen aparecen las tensiones y las insatisfacciones lo que repercute en el comportamiento y las acciones. Entonces, es de necesidad encontrar un equilibrio de manera que el comportamiento o acción sea eficaz.

De modo que, el ciclo motivacional se inicia en el equilibrio interno que consiguen las personas, sobre la base de un estímulo o incentivo, del que posteriormente aparecen las necesidades, las tensiones, de lo que deriva el comportamiento y las acciones laborales. (p. 69)

2.2.1.4. La motivación y sus principios más elementales

Jefe, E. (2020). menciona a cinco principios sobre el cual se deben de desarrollar las acciones destinadas a motivar a los trabajadores en una organización:

- En una organización siempre estarán presentes factores que motivan y factores que desmotivan.
- El factor que más motiva es el mismo trabajo, por lo tanto, debe ser de agrado del trabajador y nada rutinario.
- La motivación se relaciona con la capacidad de gestión y liderazgo de los directivos.
- La motivación se relaciona con el cumplimiento de las metas y objetivos claros, alcanzables, y retadores.
- La motivación estará estrechamente relacionada con el reconocimiento y la valoración. (p. 33)

2.2.1.5. Teorías de la motivación

A. Teoría de la jerarquía de necesidades de Abraham Maslow: por el que, este autor considera que la motivación es el conjunto de necesidades debidamente jerarquizadas que tiene una persona, las mismas que se relacionan con el nivel de motivación, siendo las siguientes:

- Necesidades básicas: de naturaleza básica y consideradas imprescindibles a la supervivencia del ser humano.
- Necesidades de seguridad: necesarias para proteger a las personas frente a peligros a los que el ser humano está expuesto.
- Necesidades de relación social: son las que aparecen frente a la necesidad de vivir acompañados, en un grupo social, así como brindar afecto y también recibirlas, es decir, convivir con otros, comunicándose y generando relaciones amicales.
- Necesidades de autoestima: por la necesidad de las personas en ser reconocidas y estimadas socialmente y personalmente, como también ser auto valorados y respetados por los demás.
- Necesidades de auto realización: consideradas también como necesidades de auto superación, por lo que desarrollan a lo máximo todo su potencial, creatividad y talento.

B. Teoría bifactorial del psicólogo Herzberg: quien menciona a dos factores que se relacionan con la motivación:

- Los factores de higiene, las que están directamente asociados a la insatisfacción y a los motivantes externos al colaborador.
- Los factores motivadores, que están directamente asociados a la satisfacción, y están basados también el equilibrio que debe de haber entre los factores de higiene y los motivadores. Es decir, que, si el trabajador cumple sus funciones en un

contexto inadecuado, con un clima insano, sin disposición de recursos, entonces sentirá sensaciones de insatisfacción laboral. Pero si mejoran esas condiciones laborales externas, entonces el trabajador sentirá satisfacción y se sentirá motivado.

C. Teoría de las expectativas de Vroom, V. (1964): afirma que la motivación es el resultado de tres factores:

- La valencia, es la preferencia que tienen las personas para alcanzar algo una cosa.
- La expectativa, entendida como la convicción de que los esfuerzos laborales serán retribuidos por considerarse un buen desempeño y exitoso.
- La instrumentalidad, es la idea del empleado en recibir una recompensa en contra parte a su trabajo.

Así mismo, plantea a tres tipos de relaciones, que se relaciona y conectan a los factores mencionados anteriormente y es la relación esfuerzo – desempeño, la relación desempeño – recompensa y la relación recompensa – metas personales.

Concluyentemente, esta teoría enfatiza en que los trabajadores se sienten motivados e incrementan su desempeño laboral, siempre que sus esfuerzos sean recompensados, y a la vez cumplan o logren sus metas personales. (p. 161)

2.2.1.6. Tipos de motivación

Según Herzberg (2009) los tipos de motivación laboral están divididas en dos, siendo la motivación extrínseca e intrínseca, las que se desarrollan seguidamente:

A. La motivación extrínseca: son todos aquellos factores intervinientes en la motivación pero que están fuera del individuo. Su finalidad es premiar al buen desempeño de un empleado a través de incentivos económicos.

Estos factores extrínsecos son las remuneraciones, alicientes económicos, incentivos no dinerarios, programas de protección laboral, beneficios sociales,

aumentos, ascensos, que reciben los trabajadores a cambio de realizar sus labores dentro de una organización. (p. 83)

B. La motivación intrínseca: son factores internos que intervienen en las personas y que se relacionan con su propia satisfacción, como el involucramiento, responsabilidad, auto reconocimiento; por lo que se clasifica en:

- Necesidades: necesarias para vivir y el bienestar y desarrollo de las personas, entre las que tenemos a la sed, hambre, pertinencia, recompensa.
- Cogniciones: son los procesos mentales propias de la persona, como las creencias, pensamientos, auto conceptos y expectativas, así como percepciones.
- Emociones: son aspectos subjetivos, funcionales o expresivos, como la risa, alegría, tristeza, sentimientos, disposiciones fisiológicas entre otras. (p. 85)

2.2.1.7. Factores de la motivación laboral

Herzberg, F. (2009), justifica a los dos factores que explican la motivación en los trabajadores de una organización:

- Los factores de higiene o de mantenimiento. - Son aquellos considerados como no motivantes y por lo tanto producen insatisfacción, como un ambiente laboral insano, bajos salarios, nulas políticas de incentivo, entre otros.
- Los factores motivacionales. - Son aquellos factores que influyen directamente en la motivación del trabajador como las promociones y ascensos laborales, reconocimientos, la valoración. (p. 179)

Mc Clelland, D. (1989), plantea los siguientes factores motivacionales que influyen en los trabajadores:

- Las necesidades de logro. – Consideradas como aquellos afanes de las personas que los motivan para alcanzar objetivos y demostrar su competencia.

- La necesidad de afiliación. – relacionadas con las necesidades de amor y afecto, y la necesidad de interactuar con sus semejantes como parte de la sociedad.
- Las necesidades de poder. – Lo que reflejan el interés de las personas por ejercer el control o liderar en el trabajo. (p.78)

2.2.1.8. Tipos de motivación

Según, Herzberg, F. (2009) considera que los trabajadores en una organización dependen de las siguientes dimensiones motivacionales:

- Factores higiénicos: son las condiciones del entorno del trabajador, entre las que se considera a las condiciones físicas y ambientales laborales, las remuneraciones, los beneficios laborales sociales, las políticas de incentivo, el tipo gestión y supervisión, clima laboral, reglamentos internos, entre otros. Aun así, estos factores son limitados en como para influir en el comportamiento laboral, debido a que no logra elevar la satisfacción. De ser precarios, generan insatisfacción. (p. 127)
- Factores motivadores: relacionados con el contenido del cargo, los deberes, las tareas y el cargo en sí; a diferencia de los otros factores este si produce un efecto de satisfacción duradera e influye en la productividad laboral. La motivación está ligada a sentimientos de desarrollo y crecimiento, realización, y reconocimiento profesional, por lo que elevan la satisfacción laboral. (p. 129)

2.2.2. Calidad de servicio

2.2.2.1. Definiciones:

Herrera, J. (2018) manifiesta, que la calidad en el servicio “son todos aquellos procesos destinados a satisfacer a los clientes y que compromete a toda la empresa como resultado de sus valores corporativos, actitudes y comportamientos adecuados que se desarrollan para servir al cliente”. (p. 130)

Según Riveros, P. (2017) menciona que la calidad de servicio es:

Es aquel hábito institucionalizado y practicado por una empresa que ha interpretado las necesidades y expectativas reales de sus clientes, consecuentemente prestan un servicio oportuno, accesible, ágil, y confiable, donde los clientes se sientan comprendido, atendido, servidos y sorprendidos, respondiendo con mayores compras y utilidades para la organización. (p. 61)

Según Zeithaml, Parasuraman y Berry, (2008) sostiene que la calidad del servicio “genera múltiples beneficios para una empresa, como la retención y la fidelización de los clientes, en consecuencia, hablarán positivamente de la empresa. Es decir, que la calidad del servicio es un factor importante cuando se trata de evaluar la satisfacción del cliente”. (p. 417)

Kotler, P. (2012); nos dice que la calidad de servicio “es cualquier actividad o beneficio que una empresa ofrece a sus clientes; por lo general son de naturaleza intangible, pero que cumplen y responden a las expectativas que tienen los clientes respecto a que tan bien el servicio logra satisfacer sus deseos y necesidades” (p. 97)

Concluyentemente de lo dicho, se puede considerar a la calidad del servicio como un modelo útil en el diseño de estrategias orientadas a satisfacer los deseos y necesidades de los clientes, en la experiencia de compra; y como resultado de las brechas entre la experiencia y las expectativas del cliente.

2.2.2.2. Importancia de la calidad de servicio

Herrera, J. (2018) considera que la importancia de la calidad del servicio está estrechamente relacionada con el proceso de planificación y los controles que realizan los directivos y responsables de la empresa, por cuanto deben estar permanentemente dirigidos a generar satisfacción de los clientes. Esto, porque un cliente satisfecho con la

calidad del servicio que recibe de su empresa proveedora sin duda volverá a comprar en el punto de venta, además de retroalimentar y ofrecer información sincera de sus experiencias y percepciones acerca de los servicios y empresa, sobre el cual se pueden seguir mejorando el formato de los productos. Por lo que se puede afirmar enfáticamente que el servicio al cliente es fundamental en la experiencia del consumidor. (p. 274)

De la misma manera Kotler, P. (2012), confirma lo antes dicho, al afirmar que la calidad de servicio busca satisfacer las necesidades de los clientes, como resultado de minimizar los errores o fallos en los productos y servicios, ofrecidos al mercado. Además, refiere que la calidad del servicio depende principalmente de la excelencia de dos puntos principales: diseño de los bienes y servicios, y control de la calidad. (p. 82)

2.2.2.3. Teorías de la calidad de servicio

A. La Escuela Nórdica de la Calidad del Servicio de Grönroos (1982): es la pionera de los modelos de calidad del servicio, llegando a proponer “el Modelo de la Imagen para gestionar la calidad del servicio percibida” descansando en las dimensiones siguientes:

- La dimensión técnica o diseño del servicio: en la que resulta importante hacer una valoración adecuada y correcta respecto a lo que esperan los clientes de su empresa proveedora.
- La dimensión funcional o de realización del mismo, que representa a la realidad del cómo se presta u ofrece el servicio a los clientes.

Son estas dos dimensiones que repercuten en la imagen organizacional, afectando directamente a la calidad del servicio percibido por los clientes.

Esta escuela mantiene la posición de que mientras se evalúe correctamente la calidad percibida entonces se podrá calificar la calidad experimentada del cliente y sobre el cual se podrá responder mejor a las expectativas del cliente, es decir,

satisfacerlos plenamente. Además, nos indica cómo es que el exceso de expectativas puede generar problemas al momento de hacer una evaluación a la calidad del servicio prestado.

B. La Escuela Norteamericana de la Calidad del Servicio de Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985, 1988): donde se enfatizó que la calidad del servicio es el resultado del juicio global del cliente respecto a la excelencia o superioridad del servicio que surge de la comparación entre las expectativas previas y las percepciones. Este modelo es denominado como Modelo de las Deficiencias o de los cinco Gaps:

Gap 1: Diferencia entre las expectativas de los usuarios y las percepciones de los directivos.

Gap 2: Diferencia entre las percepciones de los directivos y las especificaciones o normas de calidad.

Gap 3: Diferencia entre las especificaciones de la calidad del servicio y la prestación del servicio.

Gap 4: Diferencia entre la prestación del servicio y la comunicación externa.

Gap 5: Diferencia entre las expectativas del consumidor sobre la calidad del servicio y las percepciones que tiene del servicio.

Luego de algunas investigaciones y evaluaciones, tomando como base el concepto de la calidad del servicio percibido, desarrollaron un instrumento que permite cuantificar la calidad del servicio denominado SERVQUAL. (p. 132)

2.2.2.4. SERVQUAL y la medición de la calidad de servicio

Zeithaml, Parasuraman y Berry, (2008); esta herramienta de medición SERVQUAL de la calidad del servicio, tiene en consideración a las siguientes dimensiones de la calidad:

- Elementos tangibles: es la parte visible que acompaña a toda la oferta del servicio. es la intención de tangibilizar lo intangible, como la apariencia de las instalaciones, ambientación de oficinas, equipos, presentación del personal y materiales de comunicación. Todos los elementos tangibles transmiten representaciones físicas o imágenes del servicio a los clientes sobre el cual ellos evaluar mejor la calidad.
- Capacidad de respuesta: es la capacidad y disponibilidad de los trabajadores en ayudar a los clientes, responder rápidamente a la solicitud y exigencias del cliente, resolver sus quejas, problemas y consultas.
- Confiabilidad: es aquella capacidad para prestar los servicios prometidos tal cual se ha ofrecido a los clientes, con formalidad y exactitud. Es decir, que debe brindarse el servicio de manera correcta desde un inicio, sin obviar nada de lo que se le ha prometido a través de los spots publicitarios.
- Seguridad: es la capacidad para generar un ambiente de confianza y seguridad entre los trabajadores y los clientes, de manera que se construya un contexto sano en donde el usuario se sienta parte de la empresa.
- Empatía, es la capacidad para personalizar la atención al cliente de manera respetuosa, amable, cordial. (pp. 132-136)

2.2.2.5. Mandamientos de la calidad del servicio al cliente

Según Herrera, J. (2018) según la posición de este autor, las empresas ubican a los clientes como la piedra angular en la filosofía de sus negocios y en sus planes estratégicos; sin embargo, no todas están dispuestas a orientar todos sus esfuerzos a la satisfacción de ellos sino únicamente a ser productivos y altamente rentables; en ese sentido es necesario que las organizaciones, consideren los siguientes mandamientos:

- a. Los clientes son la razón de existir de una organización y está por encima de todas las cosas.

- b. No existe lo difícil cuando realmente se quiere satisfacer al cliente, es decir, que con un poco de sacrificio se logra cumplir sus deseos y necesidades.
- c. Se debe cumplir con todo lo que se promete al cliente, de lo contrario se sienten engañados y se van.
- d. Para satisfacer al cliente, se tiene que brindarles más de lo que ellos esperan de su proveedor. Pero para esto se tiene que conocer que es lo que le agrada y desagrada.
- e. Se debe marcar la diferencia respecto a lo que la competencia ofrece al mercado, es decir hacer lo que otros no hacen a fin de retenerlos.
- f. Si se falla en algo, entonces todo el formato de servicio o producto también falla, se debe de ser muy exigente respecto a evitar fallos en los procesos de atención al cliente.
- g. Se debe satisfacer a los clientes internos para que estos reviertan su satisfacción a los clientes externos.
- h. La mejor sentencia respecto a la calidad del producto que se brinda al cliente, lo emiten los mismos clientes, sobre el cual deciden retornar a comprar.
- i. Siempre hay algo que mejorar en el formato que se brinda al cliente, a pesar de que se cumplan con las exigencias del cliente. Siempre es bueno innovar y replantear en base a que los gustos y preferencias evolucionan en el tiempo.
- j. Satisfacer al cliente es el resultado del buen trabajo y compromiso de los quienes conforman la empresa. (p. 121)

2.2.2.6. Como se mide la Calidad de servicio

Riveros, P. (2017) nos dice que, si la organización pretende medir la satisfacción de sus usuarios y clientes, además de utilizar preguntas sencillas, se pueden utilizar métodos directos como las encuestas porque tienen la ventaja de la flexibilidad entre entrevistadores y encuestados. Para los métodos indirectos contamos con sistemas de

quejas, sugerencias y propuestas a través de los cuales los usuarios o clientes pueden expresar sus quejas. También tenemos compradores habituales que indican sus preferencias de compra y satisfacción.

2.2.2.7. Dimensiones del Clima organizacional

Para Parasuraman, Zeithaml y Berry (2008) son las siguientes dimensiones las que conforman la calidad del servicio:

- Elementos tangibles: refiere a las apariencias físicas, de las infraestructuras, oficinas, instalaciones, equipos, materiales, presentación de personal de la empresa proveedora.
- Confiabilidad: es la habilidad y capacidad para brindar un servicio tal cual se le ha prometido al cliente y de manera confiable y cuidadosa.
- Capacidad de respuesta: es aquella predisposición por parte de los trabajadores en querer servir bien a los clientes, como atención rápida, responder y solucionar problemas y quejas, hacerlos sentir especiales para la empresa.
- Seguridad: son aquellas aptitudes, conocimientos, y atención de parte del personal para inspirar credibilidad y confianza.
- Empatía: es la capacidad de personalizar la atención y el servicio al cliente, en concordancia a los deseos y necesidades de los clientes. (p.46)

2.3. Marco Conceptual

A. Motivación laboral: son aquellos procesos relacionados a la intensidad, compromiso, dirección y persistencia en los esfuerzos que realiza un trabajador con el propósito de conseguir sus metas asignadas.

- Capacitación: proceso que se desarrolla según necesidad organizacional con el propósito de mejorar capacidades, actitudes, conocimientos, y aptitudes de los trabajadores en una organización.

- Factores higiénicos: son las condiciones del entorno del trabajador, entre las que se considera a las condiciones físicas y ambientales laborales, las remuneraciones, los beneficios laborales sociales, las políticas de incentivo, el tipo gestión y supervisión, clima laboral, reglamentos internos, entre otros. Herzberg, F. (2009)
 - Factores motivadores: relacionados con el contenido del cargo, los deberes, las tareas y el cargo en sí; a diferencia de los otros factores este si produce un efecto de satisfacción duradera e influye en la productividad laboral. La motivación está ligada a sentimientos de desarrollo y crecimiento, realización, y reconocimiento profesional, por lo que elevan la satisfacción laboral. Herzberg, F. (2009)
 - Motivación: son aquellas acciones o actividades destinadas a incentivar y mantener contentos al personal de una empresa, con el fin de incrementar su compromiso para con sus funciones y la organización. Herzberg F, Mausner B, Snyderman B. (2018)
 - Motivo: son las razones que justifican el accionar de las personas. Ramírez, M. (2018).
- B. Calidad del servicio: es cualquier actividad o beneficio que una empresa ofrece a sus clientes; por lo general son de naturaleza intangible, pero que cumplen y responden a las expectativas que tienen los clientes respecto a que tan bien el servicio logra satisfacer sus deseos y necesidades. Kotler, P. (2012)
- Elementos tangibles: refiere a las apariencias físicas, de las infraestructuras, oficinas, instalaciones, equipos, materiales, presentación de personal de la empresa proveedora. Zeithaml, Parasuraman y Berry, (2008)
 - Confiabilidad: es la habilidad y capacidad para brindar un servicio tal cual se le ha prometido al cliente y de manera confiable y cuidadosa. Zeithaml, Parasuraman y Berry, (2008)

- Capacidad de respuesta: es aquella predisposición por parte de los trabajadores en querer servir bien a los clientes, como atención rápida, responder y solucionar problemas y quejas, hacerlos sentir especiales para la empresa. Zeithaml, Parasuraman y Berry, (2008)
- Seguridad: son aquellas aptitudes, conocimientos, y atención de parte del personal para inspirar credibilidad y confianza. Zeithaml, Parasuraman y Berry, (2008)
- Empatía: es la capacidad de personalizar la atención y el servicio al cliente, en concordancia a los deseos y necesidades de los clientes. Zeithaml, Parasuraman y Berry, (2008)

CAPITULO III

Hipótesis

3.1. Hipótesis General:

La motivación laboral se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

3.2. Hipótesis Específicas:

- a. La motivación laboral se relaciona significativamente con los elementos tangibles en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.
- b. La motivación laboral se relaciona significativamente con la confiabilidad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.
- c. La motivación laboral se relaciona significativamente con la capacidad de respuesta en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.
- d. La motivación laboral se relaciona significativamente con la seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.
- e. La motivación laboral se relaciona significativamente con la empatía en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

3.3. Variables de la Investigación y operacionalización:

3.3.1. Definición conceptual

V1 = Motivación laboral

Herzberg, F. (2009) sostiene que “los trabajadores realmente se sienten motivados cuando sienten que su esfuerzo realizado es realmente retribuido con equidad, la misma que es comparada con la de otro trabajador y si no existen diferencias entonces percibe la equidad y la motivación justa”. (p. 39)

V2 = Calidad de servicio

Zeithaml, Parasuraman y Berry, (2008) sostiene que la calidad del servicio “genera múltiples beneficios para una empresa, como la retención y la fidelización de los clientes, en consecuencia, hablarán positivamente de la empresa. Es decir, que la calidad del servicio es un factor importante cuando se trata de evaluar la satisfacción del cliente”. (p. 417).

3.3.2. Matriz de Operacionalización de variables

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Items	Escala de medición
Variable 1 Motivación laboral	Herzberg, F. (2009) sostiene que “los trabajadores realmente se sienten motivados cuando sienten que su esfuerzo realizado es realmente retribuido con equidad, la misma que es comparada con la de otro trabajador y si no existen diferencias entonces percibe la equidad y la motivación justa”. (p. 39)	La V_1 motivación laboral se medirá con el instrumento cuestionario de encuesta elaborado en consideración a las dimensiones: factores motivacionales y factores de higiene con 20 items.	Factores motivacionales	1. Reconocimientos al buen desempeño. 2. Desarrollo personal. 3. Asensos y promociones. 4. Reconocimiento moral al buen desempeño. 5. Incentivos económicos al cumplimiento de metas. 6. Valoración al esfuerzo y compromiso. 7. Oportunidades para crecer profesionalmente. 8. Participación en la toma de decisiones y solución de problemas.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.	Ordinal Tipo Likert
			Factores de higiene	9. Condiciones laborales. 10. Ambiente laboral. 11. Cultura organizacional. 12. Calidad de gestión. 13. Remuneraciones justas y equitativas. 14. Adecuadas relaciones laborales. 15. Trabajo coordinado y en equipo. 16. Beneficios sociales. 17. Formalización laboral y planillas.	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20.	

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Items	Escala de medición
Variable 2 Calidad del servicio	Zeithaml, Parasuraman y Berry, (2008) sostiene que la calidad del servicio “genera múltiples beneficios para una empresa, como la retención y la fidelización de los clientes, en consecuencia, hablarán positivamente de la empresa. Es decir, que la calidad del servicio es un factor importante cuando se trata de evaluar la satisfacción del cliente”. (p. 417)	La V ₂ calidad de servicio se medirá con el instrumento cuestionario de encuesta elaborado en consideración a las dimensiones: Tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía., con 20 items.	Tangibilidad	<ol style="list-style-type: none"> 1. Instalaciones amplias y cómodas. 2. Ambientación y luminosidad adecuada. 3. Local contra contaminación auditiva. 4. Apariencia y pulcritud en los trabajadores. 	1, 2, 3, 4.	Ordinal Tipo Likert
			Confiabilidad	<ol style="list-style-type: none"> 5. Experiencia en la atención al cliente. 6. Habilidad para prestar servicios sin errores. 7. Nivel de cumplimiento del servicio prometido. 8. Ejecución fiable y cuidadosa del servicio. 9. Respuesta inmediata a la solicitud de los clientes. 	5, 6, 7, 8, 9.	
			Capacidad de respuesta	<ol style="list-style-type: none"> 10. Predisposición a servir al cliente. 11. Comunicación asertiva. 12. Prestar servicios de manera rápida y adecuada. 13. Capacidad para orientar y solucionar dudas de los clientes. 14. Conocimiento pleno de los productos. 	10, 11, 12, 13, 14.	
			Seguridad	<ol style="list-style-type: none"> 15. Profesionalismo en el desenvolvimiento laboral. 16. Seguridad y confianza del punto de venta. 17. Calidad garantizada de los productos. 18. Habilidad para inspirar confianza y credibilidad. 	15, 16, 17, 18.	
			Empatía	<ol style="list-style-type: none"> 19. Trato cortés, amable y respetuoso. 20. Cutinización en la atención al cliente. 	19, 20	

CAPÍTULO IV

Metodología

4.1. Método de investigación

4.1.1. Método general:

Como método general de la presente investigación se tiene al método científico, del cual se consideran las técnicas, procedimientos y pasos validados con los que se cumplió con los objetivos de investigación propuestos y dar respuesta a los enunciados problemáticos del presente estudio; en relación a la motivación laboral y a la calidad del servicio con el fin de llegar al conocimiento válido desde el punto de vista de la ciencia; garantizando su reproductividad y falsabilidad.

Desde el punto, de vista del investigador Bernal, C. (2018); este método general “considera una serie de fases y procedimientos organizados como son el planteamiento del problema, contrastación de hipótesis, y demás operaciones que buscan obtener el conocimiento científico de una realidad, para posteriormente ser verificada, y obteniendo su rigurosidad y reproductividad” (p. 70)

4.1.2. Métodos específicos:

Método **analítico - sintético**, debido a la descomposición que se realizó a las variables de estudio, se estableció sus dimensiones e indicadores a fin de observarlas y analizarlas, con el que se determinó los comportamientos relacionados a la motivación laboral y la calidad de los servicios y hechos de la problemática planteada.

Según, Bernal, C. (2018) nos dice que este método “considera el estudio de hechos u objeto de estudio que son desmembrados en sus partes para posteriormente observar las causales, efectos desde una mirada holística y relacionarlas mediante la formulación de una síntesis de los fenómenos investigados” (p. 89)

Método **hipotético – deductivo**; en opinión de Bernal, C. (2018) refiere que este método “son procedimientos que se inician de aseveraciones en calidad de hipótesis las mismas que tendrán que ser refutadas o falseadas, para posteriormente deducir conclusiones confrontables con los hechos”. (p. 91)

De modo que, es mediante este método que se analizó, observó y determinó la situación problemática en la Empresa Inversiones Portaimport SAC., sobre el cual se realizó el correspondiente planteamiento de las hipótesis que posteriormente se contrastó, a fin de establecer su veracidad o falsedad de manera objetiva y confiable.

Se utilizó también al **método estadístico** mediante el cual se estableció la población y muestra del estudio, además de permitir tabular la data seleccionada, llegando a generalizaciones posteriores, así mismo, ayudo en la clasificación, cálculo, análisis y resumen de datos, que se utilizó en el diagnóstico y resultados del estudio.

Por lo que, Bernal, C. (2018) enfatiza que el método estadístico se caracteriza “por mantener procedimientos secuenciales de utilidad en el manejo de la información cuantitativa y cualitativa en las investigaciones científicas” (p. 93)

El enfoque que se considero es el **Cuantitativo**; por cuanto el desarrollo está fundamentado en la medición que se realizó a las características de los hechos suscitados de la problemática respecto a la motivación laboral y la calidad del servicio, utilizando a las técnicas de la estadística y a los métodos numéricos para determinar la relación entre las variables.

Al respecto Bernal, C. (2018) refiere que “el enfoque cuantitativo está caracterizada por el uso de procedimientos y pasos estadísticos en el procesamiento de la información recopilada y el uso de la estadística descriptiva e inferencial”. (p. 99)

4.2. Tipo de la investigación

Para el presente caso y realidad de la investigación, se tomó en cuenta al tipo de investigación Aplicada o utilitaria, considerando que, identificada la realidad problemática de los hechos y fenómenos del estudio, se consolida y aplica el conocimiento obtenido a la realidad en concreto mediante las recomendaciones obtenidas, lo que enriquece al desarrollo del campo científico de ambas variables: Calidad de servicio y satisfacción del cliente.

El investigador Bernal, C. (2018) afirma que la investigación Aplicada “está orientada a obtener nuevo conocimiento con el propósito de aplicar en las soluciones de los problemas prácticos” (p. 177)

4.3. Nivel de investigación

Es de nivel Correlacional, por cuanto el propósito de investigación fue determinar la correlación existente o no entre la variable 1 motivación laboral y la variable 2 calidad de servicios en la Empresa Inversiones Portaimport SAC., es decir se buscó conocer el grado en el que una variable afecta a la otra., sin puntualizar la causalidad que la origina.

A opinión de Bernal, C. (2018) refiere que este nivel de investigación “tiene como fin determinar la relación existente entre variables de una investigación, más no establecer la relación de causalidad, lo que realiza con el uso de técnicas estadísticas”. (p. 185)

4.4. Diseño de la investigación

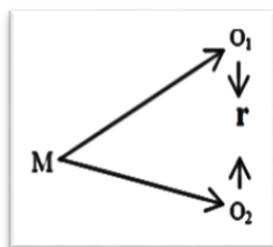
El diseño que se consideró, fue el No experimental de uso habitual en las investigaciones de las ciencias sociales, debido a que no implico tener que manipular de manera deliberada a ninguna de las variables del estudio, como es la motivación laboral y calidad de servicio en la Empresa Solido Agropecuario S.A.C., es decir que fueron observadas y descritas tal cual se han dado en contexto de la empresa mencionada.

Bernal, C. (2018) refiere que el diseño No experimental “se caracteriza por desarrollarse sin realizar manipulación, ni variación de datos en ninguna de las dos variables. Es decir, que se expresan los hechos tal cual se manifiestan, en su contexto real” (p. 195).

De corte Transeccional (transversal); debido a que se recopiló información, en un momento o único tiempo determinado.

Bernal, C. (2018) considera que el estudio de corte transversal o transeccional “se caracteriza por tomar una instantánea del universo poblacional en un único momento determinado de tiempo corto, sobre el que se formulan las conclusiones de los hechos o fenómenos de la investigación”. (p. 196)

Esquema del diseño correlacional:



Donde:

M = Muestra.

O1 = Variable 1: Motivación laboral.

O2 = Variable 2: Calidad de servicio.

r = Relación entre las variables – Spearman.

4.5. Población y muestra

4.5.1. Población:

Arias, J. (2022) nos dice al respecto, que la población es “aquel grupo de elementos o individuos con atributos similares, que pueden ser medidos, estudiadas y cuantificadas” (p. 93).

Por lo que, en esta investigación consideró a una población finita compuesta por el total de trabajadores que prestan servicios en las diferentes oficinas y áreas de la Empresa Inversiones Portaimport SAC. - 2022., es decir por 22 unidades de análisis que representan el universo poblacional.

Tabla 1.

Trabajadores de la Empresa Inversiones Portaimport SAC. – 2022

Nº	Trabajadores por oficinas y áreas	Cantidad
1	Gerencia general	01
2	Contabilidad	01
3	Recursos Humanos	02
4	Logística y almacenes	04
5	Caja	01
6	Entrega de paquetes	02
7	Ventas	09
8	Seguridad	02
	TOTAL	22

Fuente: Propia

4.5.2. Muestra:

Para Arias, J. (2022) la muestra se define “como un sub grupo del universo poblacional que tienen características en común o es el fiel reflejo de ese conjunto del que tienen los mismos valores de esta.” (p. 94)

En ese sentido, las unidades de análisis que formaron parte de la muestra, son los 22 colaboradores que laboran en las diferentes oficinas y áreas de la Empresa Inversiones Portaimport SAC., periodo 2022., de cuya cantidad pequeña se considerara al 100% es decir será una muestra tipo censo.

Del cual Arias, J. (2022) refiere que la muestra tipo censo “considera al 100 % de sus unidades de estudio de la población en muestra de estudio., por lo que a su misma vez es población y muestra considerando la pequeña cantidad de elementos de análisis”. (p. 96)

Tabla 2.

Muestra de la investigación

Nro.	Trabajadores por oficinas y áreas	Nro. de población	Porcentaje	Nro. de muestra	Porcentaje
1	Gerencia general	1	14.00	1	14.00
2	Contabilidad	1	86.00	1	86.00
3	Recursos Humanos	2		2	
4	Logística y almacenes	4		4	
5	Caja	1		1	
6	Entrega de paquetes	2		2	
7	Ventas	9		9	
8	Seguridad	2		2	
	Total	22	100.00	22	100.00

Fuente: Propia

Criterios de inclusión:

- Participaron todas las unidades de análisis consideradas en la muestra, que prestaron sus servicios en la empresa Inversiones Portaimport SAC., durante el periodo 2022 en esta ciudad de Huancayo.
- Participó el personal administrativo, personal de almacenes, de caja, personal de ventas, y los responsables de seguridad.

Criterios de exclusión:

- No participaron directivos de la empresa Inversiones Portaimport SAC.
- No participaron trabajadores que prestaron sus servicios fuera del periodo 2022 y todos aquellos que desistan voluntariamente en participar en el llenado de los cuestionarios.

4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

“La calidad de un estudio se somete en gran medida de la calidad instrumental y técnicas que se utiliza”. Arias, J. (2022, p. 103)

Tabla 3.

Técnica e instrumentos de investigación

		Ventajas
Técnica de investigación	Encuesta	Bernal, C. (2018) es un medio de acopio de información cuyo procedimiento se orienta a obtener y elaborar datos de manera eficaz y rápida respecto a hechos o fenómenos con el propósito de cumplir con los objetivos de una investigación. (p. 252)
Instrumentos de investigación	Cuestionarios	Bernal, C. (2018) instrumento de uso clásico en las ciencias sociales, cuyo procedimiento se basa en un conjunto de preguntas planteadas de manera sistemática y ordenada con el fin de recabar información respecto a los hechos y comportamientos de las unidades de estudio y las variables objeto de la investigación. (p. 253)

Fuente: Propia

4.6.1. Técnicas de recolección de datos

Se consideró a la Encuesta como técnica para recoger la información de interés en la investigación; debido a que esta brinda un conjunto estandarizado de procedimientos a través del cual se recogió y analizó los datos de las unidades de análisis de la muestra (22 trabajadores) para describir, las características y comportamientos relacionados a las variables de estudios (motivación laboral y calidad del servicio).

De lo anterior, Bernal, C. (2018) nos dice, que la técnica de recojo de datos encuesta “es un medio de acopio de información cuyo procedimiento se orienta a obtener y elaborar datos de manera eficaz y rápida respecto a hechos o fenómenos con el propósito de cumplir con los objetivos de una investigación”. (p. 252)

4.6.2. Instrumentos de Recolección de Datos

Se utilizó a los Cuestionarios de encuesta, como instrumentos de recopilación de datos en las unidades de análisis de la muestra.

El investigador Bernal, C. (2018) nos dice:

Que el cuestionario es el instrumento de uso clásico en las ciencias sociales, cuyo procedimiento se basa en un conjunto de preguntas planteadas de manera sistemática y ordenada con el fin de recabar información respecto a los hechos y comportamientos de las unidades de estudio y las variables objeto de la investigación. (p. 253)

En ese sentido, se tuvo en consideración el uso de dos cuestionarios, con las cuales se recogió los datos de las unidades de análisis de la muestra, siendo los siguientes:

- Cuestionario que permitirá medir y recoger información de la V₁. motivación laboral y que consta de 20 items, acompañada de la escala psicométrica de calificación de Likert: nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre.

Cuestionario que permitirá la medir y recoger información de la V₂. Calidad de servicio que consta de 20 items, acompañada con la escala psicométrica de calificación de Likert: nunca, casi nunca, a veces, casi siempre, siempre.

Ficha Técnica de la V₁:

Nombre del instrumento: Cuestionario de motivación laboral		
1	Autor (a):	Bach. Mayta Estrada Graciele Bach. Meza Surichaqui Brigitte Leydi
2	Contiene:	
	Dimensión 1:	Factores motivacionales Del Ítem N° 1 al Item N° 7.
	Dimensión 2:	Factores de higiene Del Ítem N° 8 al Item N° 12.
3	Aplicación:	A cada unidad de análisis
4	Corrección:	Manual
5	Duración:	15 minutos
6	Ámbito de aplicación:	Empresa Inversiones Portaimport SAC. – Huancayo.
7	Objetivo:	Medir la variable motivación laboral.
8	Estructura:	20 reactivos
9	Materiales:	SPSS v. 25, Excel, hojas de respuesta, lapiceros
10	Tipo de instrumento:	Cuestionario de encuesta
11	Población:	22 trabajadores.

Ficha Técnica de la V₂:

Nombre del instrumento: Cuestionario de calidad de servicio		
1	Autor (a):	Bach. Mayta Estrada Graciele Bach. Meza Surichaqui Brigitte Leydi
2	Contiene:	
	Dimensión 1:	Tangibilidad Del Ítem N° 1 al Item N° 4.
	Dimensión 2:	Confiabilidad Del Ítem N° 5 al Item N° 9.
	Dimensión 3:	Capacidad de respuesta Del Ítem N° 10 al Item N° 14.
		Seguridad Del Ítem N° 15 al Item N° 18.
		Empatía Del Ítem N° 19 al Item N° 20.

3	Aplicación:	A cada unidad de análisis
4	Corrección:	Manual
5	Duración:	15 minutos
6	Ámbito de aplicación:	Empresa Inversiones Portaimport SAC. – Huancayo.
7	Objetivo:	Medir la variable calidad del servicio.
8	Estructura:	20 ítems
9	Materiales:	SPSS v. 25, Excel, hojas de respuesta, lapiceros
10	Tipo de instrumento:	Cuestionario de encuesta
11	Población:	22 trabajadores.

4.6.3. Validez del Instrumento:

La validez instrumental (cuestionarios de encuesta) estará a cargo de tres expertos cualificados con experiencia comprobada en el ámbito de la investigación científica quienes a través del proceso de validación “juicio de expertos” valorarán y emitirán una opinión informada respecto a los criterios, redacción, contenido y constructo de los ítems planteados en cada instrumento de recojo de información.

Por lo anterior, a opinión de Arias, J. (2022) el proceso de validación de los instrumentos “es el grado por el cual un instrumento de recojo de información medirá lo que el investigador requiere medir, es decir que el instrumento mida la variable que se desea medir”. (p. 82)

4.6.4. Confiabilidad del Instrumento:

Al respecto, Arias, J. (2022) nos dice que la confiabilidad de los instrumentos “permite determinar objetivamente a través de diversas técnicas, el grado en el cual un instrumento que se aplica de manera repetida a los mismos elementos o sujetos de análisis, con la seguridad y certeza de obtener resultados iguales”. (p. 83)

En ese sentido, se utilizó el estadístico del Alfa de Cronbach, y su baremo de valoración.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{S_t^2} \right)$$

Tabla 4.

Baremo de Interpretación del Alfa de Crombrach

0,53 a menos	Confiable nula
0,54 a 0,59	Confiable baja
0,60 a 0,65	Confiable
0,66 a 0,71	Muy confiable
0,72 a 0,99	Excelente confiable
1,0	Confiabilidad perfecta

Fuente: Herrera Aura (1999)

4.6.4.1. Confiabilidad del Instrumento: Motivación laboral

Con el coeficiente de confiabilidad Alfa de Crombrach, se evaluaron los puntajes conseguidos con el cuestionario de encuesta aplicado a la muestra la Empresa Inversiones Portaimport SAC., periodo 2022.

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad**Resumen de procesamiento de casos**

		Nº	%
Casos	Válido	22	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	22	100,0

a. La eliminación por lista se basa en la variable del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Crombrach	Nº de elementos
0,861	20

Estadísticos de los elementos			
	Media	Desviación típica	Nº
VALIDEZ DE CONTENIDO	6,0000	0,61520	20
VALIDEZ DE CRITERIO METODOLÓGICO	6,5000	0,60215	20
VALIDEZ DE INTENCIÓN Y OBJETIVIDAD DE MEDICIÓN	6,0000	0,61520	20
PRESENTACIÓN Y FORMALIDAD DEL INSTRUMENTO	6,5000	0,60215	20

Para el caso del valor de confiabilidad instrumental: La Motivación laboral se halló en análisis (22 colaboradores), y 20 reactivos del instrumento.

Para propósitos de investigación $\geq 0,8$ (aceptable 0.70, buen índice 0.80 y excelente 0.90). Resultando el valor del alfa de Crombrach es 0.861. Siendo mayor a 0,80; el instrumento tiene muy buen índice de confiabilidad.

4.6.4.2. Confiabilidad del Instrumento: Calidad del servicio

Con el coeficiente de confiabilidad Alfa de Crombrach, se evaluaron los puntajes conseguidos con el cuestionario de encuesta aplicado a las unidades de análisis (colaboradores) de la muestra de estudio.

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Resumen de procesamiento de casos

		Nº	%
Casos	Válido	22	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	22	100,0

a. La eliminación por lista se basa en la variable del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Crombrach	Nº de elementos
0,824	20

Estadísticos de los elementos				
		Media	Desviación típica	Nº
VALIDEZ DE CONTENIDO	DE	6,0000	0,61650	20
VALIDEZ CRITERIO METODOLÓGICO	DE	6,5000	0,64505	20
VALIDEZ INTENCIÓN Y OBJETIVIDAD MEDICIÓN	DE	6,0000	0,61650	20
PRESENTACIÓN Y FORMALIDAD DEL INSTRUMENTO	DE	6,5000	0,64505	20

Para el caso del valor de confiabilidad instrumental: Calidad de servicio, se obtuvo en consideración a la muestra de 22 colaboradores de las diferentes oficinas y áreas de la Empresa Inversiones Portaimport SAC., periodo 2022.

Para propósitos de investigación $\geq 0,8$ (aceptable 0.70, buen índice 0.80 y excelente 0.90). obteniendo un valor del Alfa de Crombrach es 0.824. Siendo mayor a 0,80; entonces el instrumento tiene muy buen índice de confiabilidad.

4.6.5. Procedimiento de recolección de datos.

- Se consiguió en primera instancia, la autorización firmada por parte del responsable de la Empresa Inversiones Portaimport SAC. – Huancayo., el mismo que se anexo al presente proyecto de investigación.
- Se determinó la población y muestra de estudio, sobre el cual se aplicó los instrumentos de recolección de datos, estableciendo los respectivos criterios de inclusión y exclusión.

- Se dieron charlas informativas a las unidades de estudio, previo a la aplicación de los instrumentos, posteriormente se recopiló la información de cada elemento de la muestra seleccionada.
- Una vez que se recopiló la data se procedió a sistematizarla, tabularlo y filtrarlo con el que se procesó y obtuvo los resultados.

4.7. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

La data acopiada del trabajo de campo, fue ordenada y evaluada con el propósito de conseguir información útil, la misma que se analizó y proceso mediante la utilización de la hoja de cálculo Excel y el paquete estadístico SPSS Versión 25 con las cuales se obtuvieron los resultados descriptivos e inferenciales que se muestran a través de tablas de correlación y figuras estadísticas.

Por consiguiente, se utilizó a la estadística y el análisis inferencial para contrastar las hipótesis planteadas, dando utilización al Coeficiente de correlación Rho de Spearman con el que se estableció el nivel de correlación entre las categorías y sub categorías de estudio.

4.8. Aspectos éticos de la investigación

El estudio se desarrolló cumplimiento las exigencias que hace el Reglamento General de Investigación - UPLA vigente, para este tipo de investigaciones, la que se consigna en su Capítulo IV y Art. 27° de parámetros Éticos:

- Protección de la persona y de diferentes grupos étnicos y socio culturales.
- Las personas inmersas en la investigación son el fin y no el medio, por ello se vela por su dignidad, libertad, derecho, confidencialidad y privacidad.
- Obtener el consentimiento informado y expreso de la institución y personas involucradas en el estudio.

- Beneficencia y no maleficencia como resultado del estudio, es decir se maximizarán los beneficios.
- Protección al medio ambiente y el respeto de la biodiversidad.
- Demostrar una actitud responsable en todo momento del desarrollo de la investigación.
- Se garantizará la veracidad de cada una de las partes de la investigación.
- Así como el estricto cumplimiento de lo normado en el código de ética y el reglamento de propiedad intelectual.

TÍTULO V

Resultados de la investigación

5.1. Descripción de resultados de las variables de estudio

Los resultados obtenidos para cada variable de estudio, se consiguió con s resultados son los instrumentos aplicados a 22 colaboradores que laboran en las diferentes oficinas y áreas de la Empresa Inversiones Portaimport SAC., periodo 2022.

5.1.1. Frecuencia de la variable motivación laboral en la Empresa Inversiones Portaimport SAC., periodo 2022.

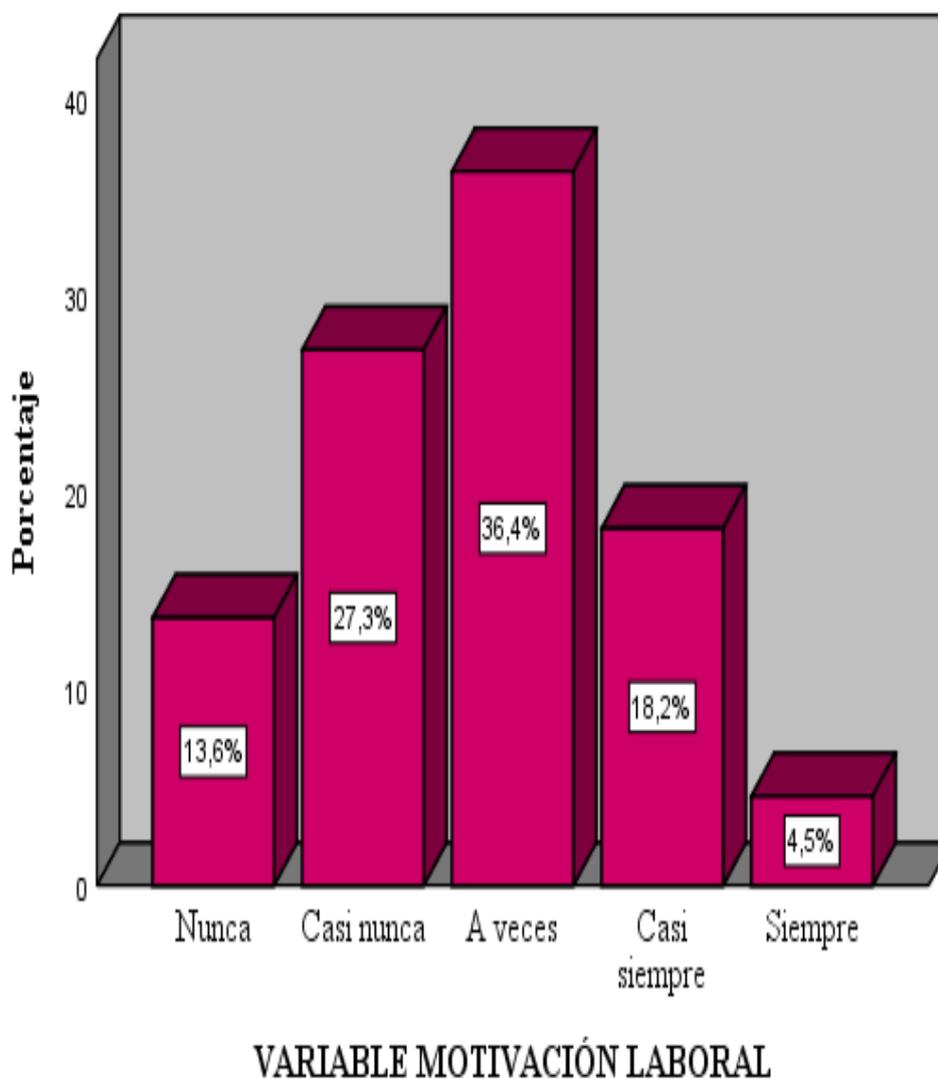
Tabla 5.

Variable motivación laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	3	13,6	13,6	13,6
Casi nunca	6	27,3	27,3	40,9
A veces	8	36,4	36,4	77,3
Casi siempre	4	18,2	18,2	95,5
Siempre	1	4,5	4,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Figura 3.

Variable Motivación laboral

**Interpretación:**

De la tabla y gráfico, se observa a 22 colaboradores, en quienes se aplicó la escala de medición de la variable, de quienes un 36,4% contestaron, que a veces se da la motivación laboral, es decir 8 colaboradores, y un (27,3%) contestó que casi nunca se da la motivación laboral, lo que representa a 6 colaboradores. Por otro lado, un (18,2%) indicó que casi siempre se da la motivación laboral, un (13,6%) manifestó que nunca se da la motivación laboral y solo un (4,5%) indica que siempre se da la motivación laboral.

5.1.2. Frecuencia de la dimensión factores motivacionales en la Empresa Inversiones Portaimport SAC., periodo 2022.

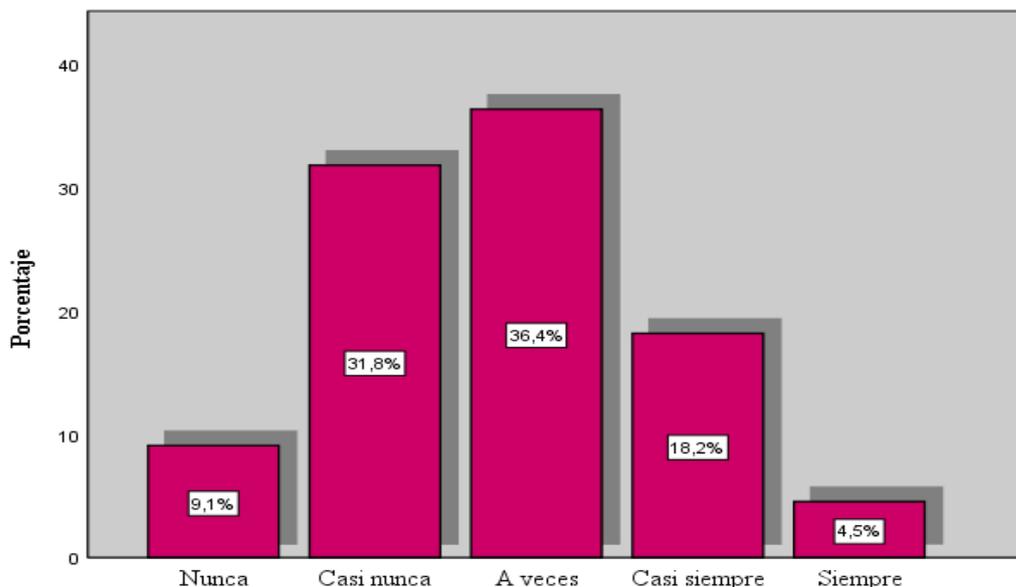
Tabla 6.

Dimensión factores motivacionales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	2	9,1	9,1	9,1
Casi nunca	7	31,8	31,8	40,9
A veces	8	36,4	36,4	77,3
Casi siempre	4	18,2	18,2	95,5
Siempre	1	4,5	4,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Figura 4.

Factores motivacionales



Interpretación:

De la tabla y gráfico, se observa a 22 colaboradores, en quienes se aplicó la escala de medición de la variable, un 36,4% contestaron que a veces se dan los factores motivacionales, es decir 8 colaboradores, un (31,8%) contestó que casi nunca se dan los factores motivacionales, lo que representa a 7 colaboradores; así mismo un 18,2% indicó que casi siempre se dan los factores motivacionales, un 9,1% manifestó que nunca se dan los factores motivacionales y solo un 4,5% indica que siempre se dan los factores motivacionales.

5.1.3. Frecuencia de la dimensión factores de higiene en la Empresa Inversiones

Portaimport SAC., periodo 2022.

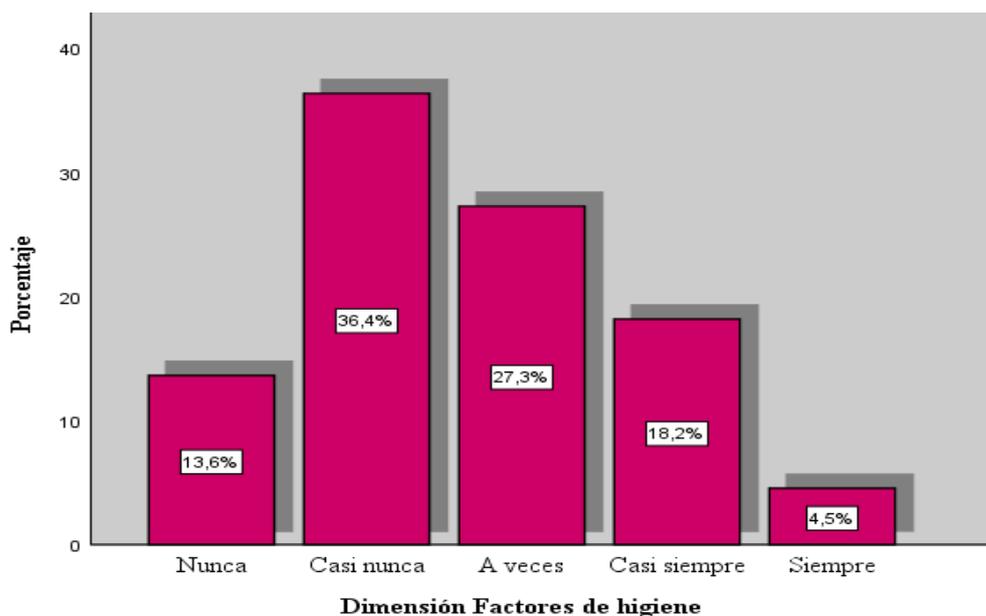
Tabla 7.

Dimensión factores de higiene

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	3	13,6	13,6	13,6
Casi nunca	8	36,4	36,4	50,0
A veces	6	27,3	27,3	77,3
Casi siempre	4	18,2	18,2	95,5
Siempre	1	4,5	4,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Figura 5.

Factores de higiene



Interpretación:

De la tabla y gráfico, se observa a 22 colaboradores, en quienes se aplicó la escala de medición de la variable, un 36,4% contestaron que casi nunca se dan los factores de higiene, es decir 8 colaboradores, un (27,3%) contestó que a veces se dan los factores de higiene, representando a 6 colaboradores; un 18,2% indicó que casi siempre, es decir 4 colaboradores, un 13,6% manifestó que nunca se dan los factores de higiene, representado a 3 colaboradores y solo un 4,5% indica que siempre se dan los factores motivacionales, es decir 1 colaborador.

5.1.4. Frecuencia de la variable calidad de servicio en la Empresa Inversiones

Portaimport SAC., periodo 2022.

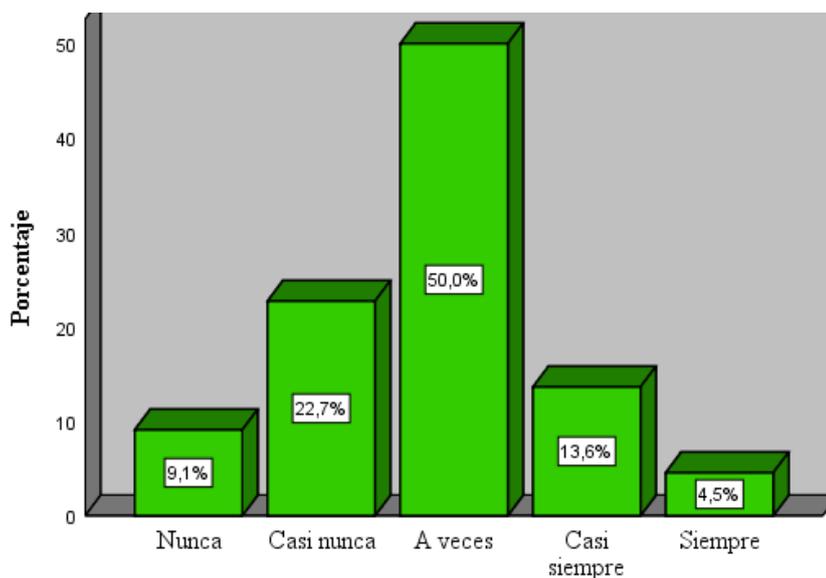
Tabla 8.

Variable calidad de servicio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	2	9,1	9,1	9,1
Casi nunca	5	22,7	22,7	31,8
A veces	11	50,0	50,0	81,8
Casi siempre	3	13,6	13,6	95,5
Siempre	1	4,5	4,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Figura 6.

Calidad de servicio



Interpretación:

De la tabla y gráfico, se observa a 22 colaboradores, en quienes se aplicó la escala de medición de la variable, un 50,0% contestaron que a veces se da la calidad de servicio, es decir 11 colaboradores, un 22,7% contestó que casi nunca se da la calidad de servicio, representando a 5 colaboradores; un 13,6% indicó que casi siempre, es decir 3 colaboradores, un 9,1% manifestó que nunca se da la calidad de servicio, representado a 2 colaboradores y solo un 4,5% indica que siempre se da la calidad de servicio, es decir 1 colaborador.

5.1.5. Frecuencia de la dimensión elementos tangibles en la Empresa Inversiones

Portaimport SAC., periodo 2022.

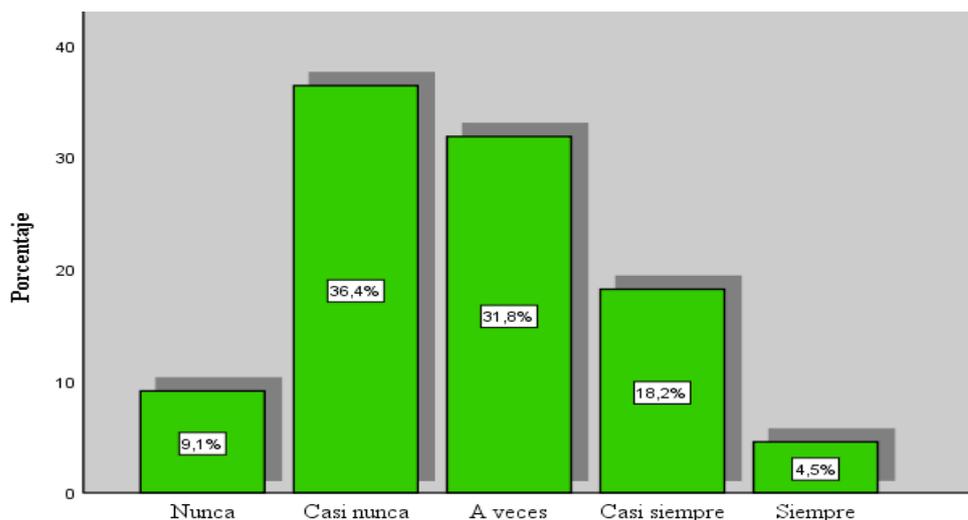
Tabla 9.

Dimensión elementos tangibles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	2	9,1	9,1	9,1
Casi nunca	8	36,4	36,4	45,5
A veces	7	31,8	31,8	77,3
Casi siempre	4	18,2	18,2	95,5
Siempre	1	4,5	4,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Figura 7.

Dimensión elementos tangibles



Interpretación:

De la tabla y gráfico, se observa a 22 colaboradores, en quienes se aplicó la escala de medición de la variable, un 36,4% contestaron que casi nunca se preocupan por los elementos tangibles, es decir 8 colaboradores, un 31,8% contestó que a veces se preocupan por los elementos tangibles, 7 colaboradores; un 18,2% indicó que casi siempre, es decir 4 colaboradores, un 9,1% manifestó que nunca se preocupan por los elementos tangibles, representado a 2 colaboradores y solo un 4,5% indica que siempre se preocupan los elementos tangibles, es decir 1 colaborador.

5.1.6. Frecuencia de la dimensión confiabilidad en la Empresa Inversiones

Portaimport SAC., periodo 2022.

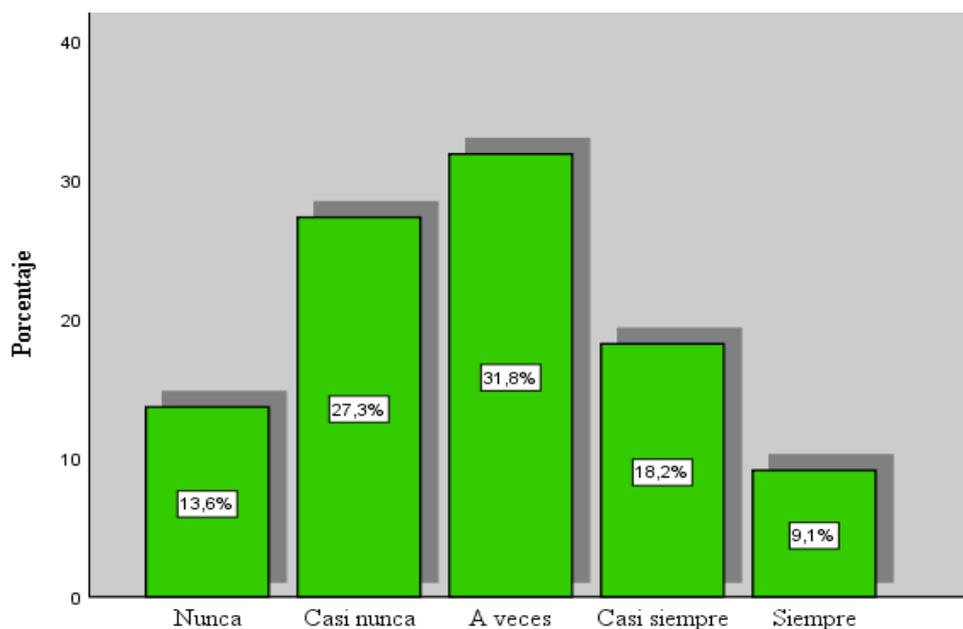
Tabla 10.

Dimensión confiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	3	13,6	13,6	13,6
Casi nunca	6	27,3	27,3	40,9
A veces	7	31,8	31,8	72,7
Casi siempre	4	18,2	18,2	90,9
Siempre	2	9,1	9,1	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Figura 8.

Confiabilidad



Interpretación:

De la tabla y gráfico, se observa a 22 colaboradores, en quienes se aplicó la escala de medición de la variable, un 31,8% contestaron que a veces se da la confiabilidad, es decir 7 colaboradores, un 27,3% contestó que casi nunca se da la confiabilidad, 6 colaboradores; un 18,2% indicó que casi siempre se da la confiabilidad, es decir 4 colaboradores, un 13,6% manifestó que nunca se preocupan por la confiabilidad, representado a 3 colaboradores y solo un 9,1% indica que siempre se da la confiabilidad, es decir 2 colaborador.

5.1.7. Frecuencia de la dimensión capacidad de respuesta en la Empresa Inversiones

Portaimport SAC., periodo 2022.

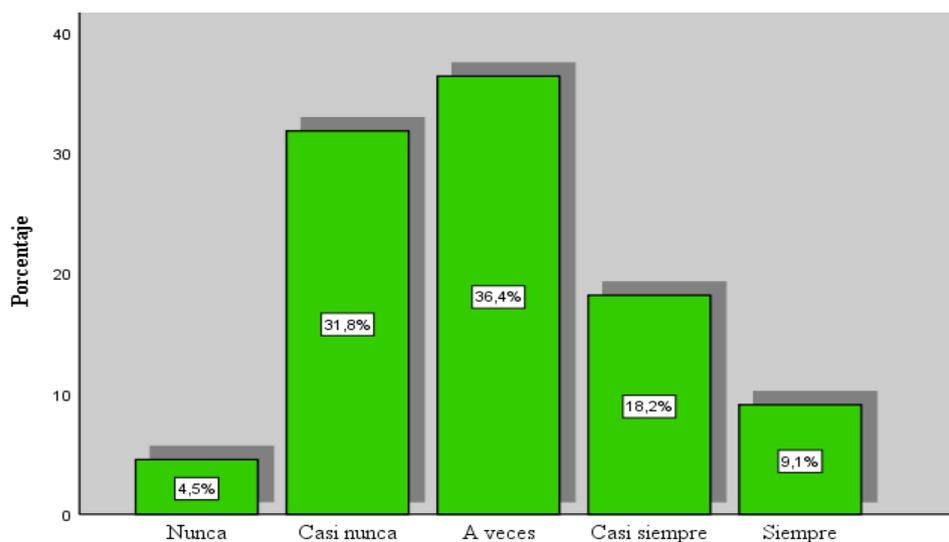
Tabla 11.

Dimensión capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	1	4,5	4,5	4,5
Casi nunca	7	31,8	31,8	36,4
A veces	8	36,4	36,4	72,7
Casi siempre	4	18,2	18,2	90,9
Siempre	2	9,1	9,1	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Figura 9.

Capacidad de respuesta



Interpretación:

De la tabla y gráfico, se observa a 22 colaboradores, en quienes se aplicó la escala de medición de la variable, un 36,4% contestaron que a veces se da la capacidad de respuesta, es decir 8 colaboradores, un 31,8% contestó que casi nunca se da la capacidad de respuesta, 7 colaboradores; un 18,2% indicó que casi siempre se da la capacidad de respuesta, es decir 4 colaboradores, un 9,1% manifestó que siempre se da la capacidad de respuesta, representado a 2 colaboradores y solo un 4,5% indica que siempre se da la capacidad de respuesta, es decir 1 colaborador.

5.1.8. Frecuencia de la dimensión seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC., periodo 2022.

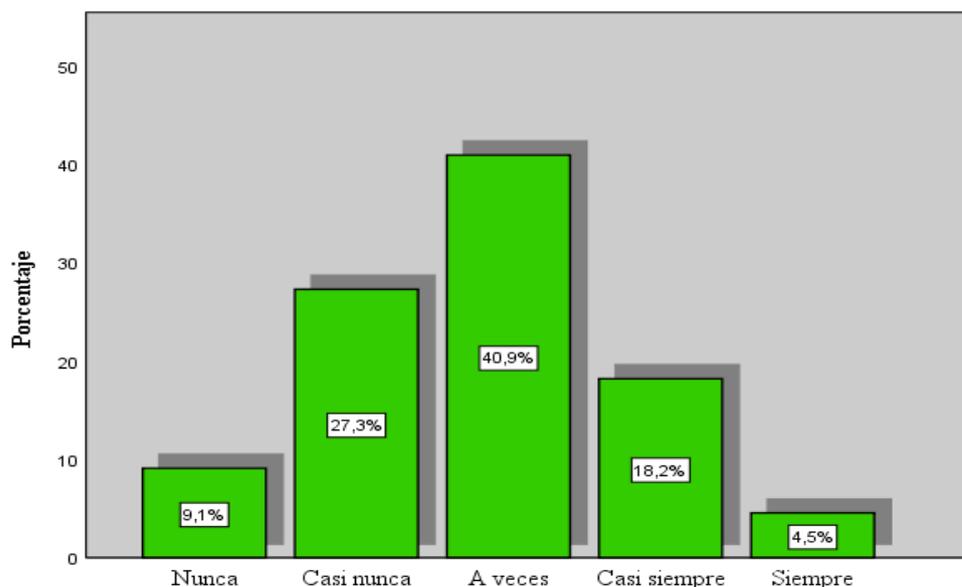
Tabla 12.

Dimensión seguridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	2	9,1	9,1	9,1
Casi nunca	6	27,3	27,3	36,4
A veces	9	40,9	40,9	77,3
Casi siempre	4	18,2	18,2	95,5
Siempre	1	4,5	4,5	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Figura 10.

Seguridad



Interpretación:

De la tabla y gráfico, se observa a 22 colaboradores, en quienes se aplicó la escala de medición de la variable, un 40,9% contestaron que a veces se da la seguridad, es decir 9 colaboradores, un 27,3% contestó que casi nunca se da la seguridad, siendo 6 colaboradores; un 18,2% indicó que casi siempre se da la seguridad, es decir 4 colaboradores, un 9,1% manifestó que siempre se da la seguridad, representado a 2 colaboradores y solo un 4,5% indica que siempre se da la seguridad, es decir 1 colaborador.

5.1.9. Frecuencia de la dimensión empatía en la Empresa Inversiones Portaimport SAC., periodo 2022.

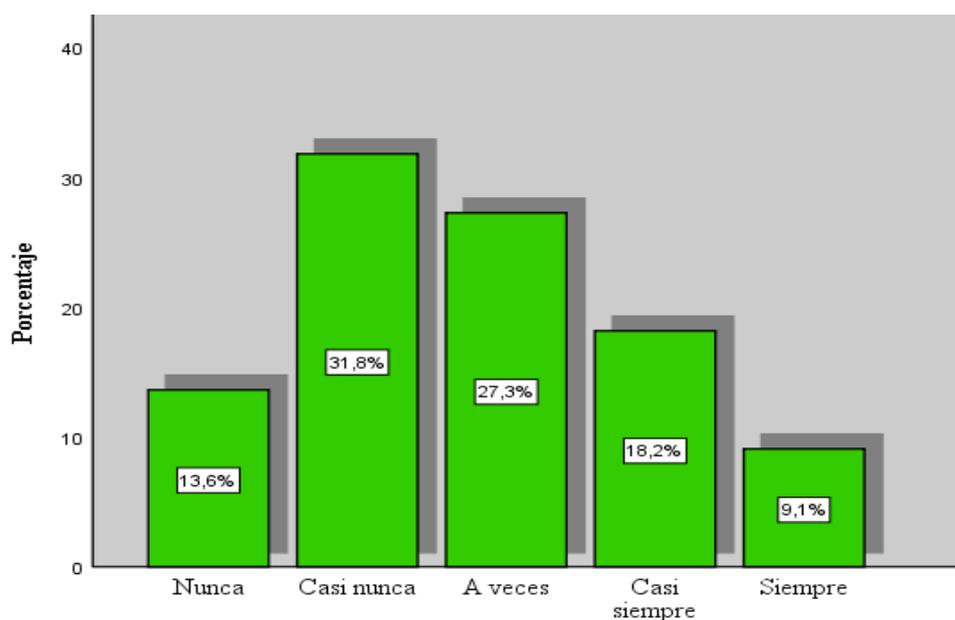
Tabla 13.

Dimensión empatía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Nunca	3	13,6	13,6	13,6
Casi nunca	7	31,8	31,8	45,5
A veces	6	27,3	27,3	72,7
Casi siempre	4	18,2	18,2	90,9
Siempre	2	9,1	9,1	100,0
Total	22	100,0	100,0	

Figura 11.

Empatía



Interpretación:

De la tabla y gráfico, se observa a 22 colaboradores, en quienes se aplicó la escala de medición de la variable, un 31,8% contestaron que a veces son empáticos, es decir 7 colaboradores, un 27,3% contestó que casi nunca son empáticos, siendo 6 colaboradores; un 18,2% indicó que casi siempre son empáticos, es decir 4 colaboradores, un 13,6% manifestó que siempre son empáticos, representado a 3 colaboradores y solo un 9,1% indica que siempre son empáticos, es decir 2 colaborador.

5.2. Contratación de Hipótesis

Escala de intervalos del coeficiente de Rho de Spearman

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
Área del gráfico	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Suárez (2015)

5.2.1. Contratación de hipótesis entre la motivación laboral y la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Prueba de Hipótesis General

Respecto a las hipótesis formuladas, se demuestra los resultados conseguidos según el uso de la estadística:

Formulación de las Hipótesis:

Ho: La motivación laboral NO se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

H1: La motivación laboral se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Elección del estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba a las No Paramétricas que consta del Rho Spearman en consideración a las variables ordinales.

Nivel de significancia

Nuestro nivel de significancia es de 95%

$\alpha = 5\%$

Tabla 14.

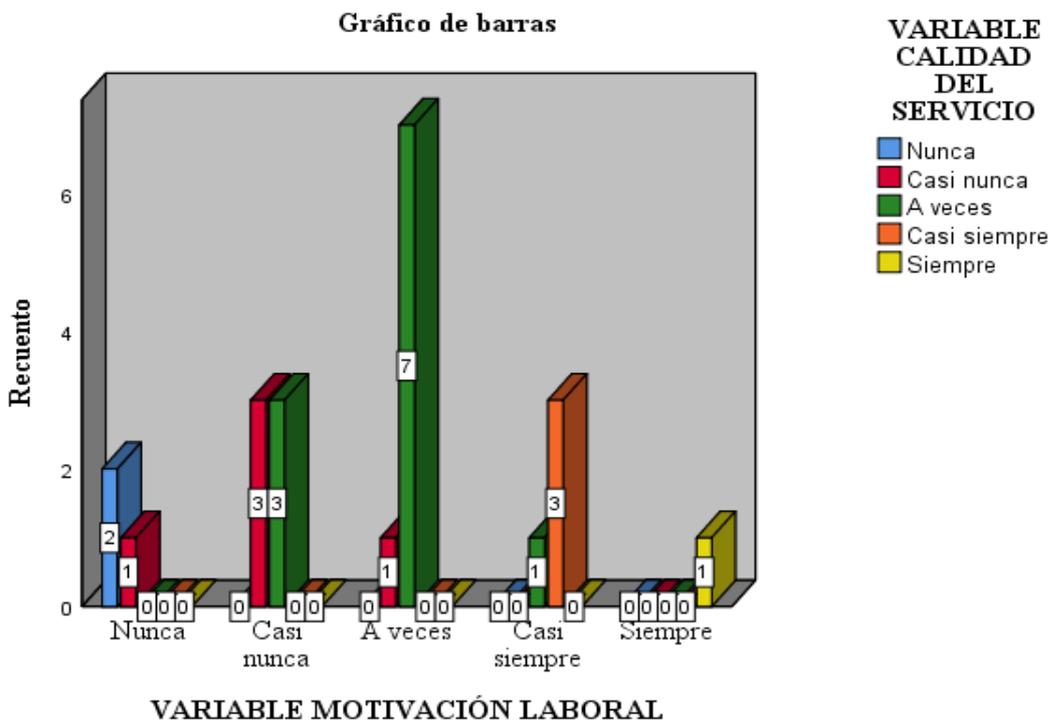
Cálculo estadístico de prueba entre la motivación laboral y la calidad del servicio

				VARIABLE MOTIVACIÓN LABORAL	VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO
Rho de Spearman	VARIABLE LABORAL	MOTIVACIÓN	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	1,000 . 22	0,836** 0,000 22
	VARIABLE SERVICIO	CALIDAD DEL	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral) N	0,836** 0,000 22	1,000 . 22

Fuente: Elaboración propia

Figura 12.

Variable motivación laboral



Decisión Estadística.

Obtenido la $r = 0.836$ implica una relación significativa alta; y se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1).

Conclusión Estadística

El Rho Spearman hallado es 0.816, coeficiente significativo que indica una correlación positiva y alta con un 5% de probabilidad de error.

Por lo que, se llega a concluir que la motivación laboral se relaciona significativamente con la calidad de servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

5.2.2. Contrastación de hipótesis entre la motivación laboral y los elementos tangibles en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Prueba de Hipótesis Específica 1

Respecto a las hipótesis formuladas, se demuestran los resultados conseguidos según el uso de la estadística:

Formulación de las Hipótesis:

Ho: La motivación laboral NO se relaciona significativamente con los elementos tangibles en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

H1: La motivación laboral se relaciona significativamente con los elementos tangibles en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Elección del estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba a las No Paramétricas que consta del Rho Spearman en consideración a las variables ordinales.

Nivel de significancia

Nuestro nivel de significancia es de 95%

$\alpha = 5\%$

Tabla 15.

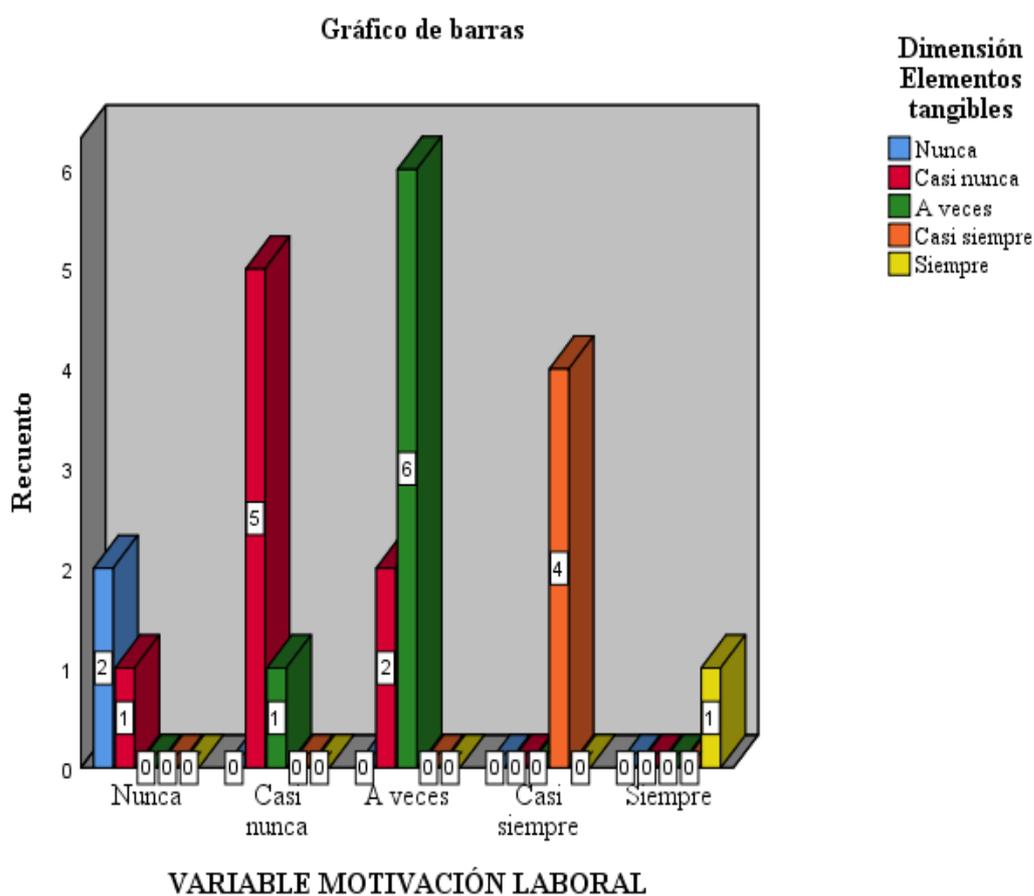
Calculo Estadístico de prueba entre la motivación laboral y los elementos tangibles

			VARIABLE MOTIVACIÓN LABORAL	Dimensión Elementos tangibles
Rho de Spearman	VARIABLE MOTIVACIÓN LABORAL	Coefficiente de correlación	1,000	0,792**
		Sig. (bilateral)	.	0,000
		N	22	22
	Dimensión tangibles	Elementos	Coefficiente de correlación	0,792**
			Sig. (bilateral)	0,000
			N	22

Fuente: Elaboración propia

Figura 13.

Hipótesis específica: motivación laboral y los elementos tangibles



Decisión Estadística.

Obtenido una $r = 0.792$ que implica una relación significativa alta; es que, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1).

Conclusión Estadística

El Rho Spearman hallado fue 0.792, coeficiente significativo que indica una correlación positiva y alta con un 5% de probabilidad de error.

Por lo que, se llega a concluir que la motivación laboral se relaciona significativamente con los elementos tangibles en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

5.2.3. Contrastación de hipótesis entre la motivación laboral y la confiabilidad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Prueba de Hipótesis Específica 2

Respecto a las hipótesis formuladas, se demuestran los resultados conseguidos según el uso de la estadística:

Formulación de las Hipótesis:

Ho: La motivación laboral NO se relaciona significativamente con la confiabilidad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

H1: La motivación laboral se relaciona significativamente con la confiabilidad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Elección del estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba a las No Paramétricas que consta del Rho Spearman en consideración a las variables ordinales.

Nivel de significancia

Nuestro nivel de significancia es de 95%

$\alpha = 5\%$

Tabla 16.

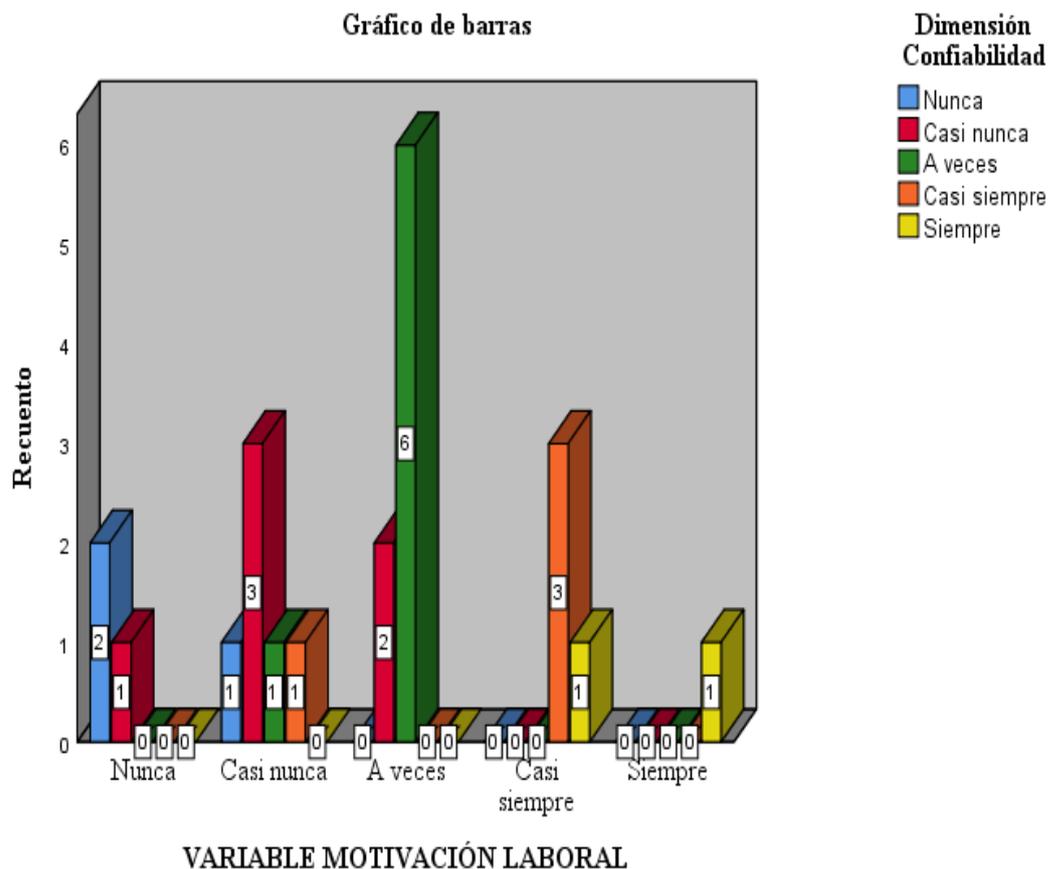
Estadístico de prueba entre la motivación laboral y la confiabilidad.

			VARIABLE MOTIVACIÓN LABORAL	Dimensión Confiabilidad
Rho de Spearman	VARIABLE MOTIVACIÓN LABORAL	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 .	0,798** 0,000
	Dimensión Confiabilidad	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	0,798** 0,000	1,000 .
		N	22 22	22 22

Fuente: Elaboración propia

Figura 14.

La motivación laboral y la confiabilidad



Decisión Estadística.

Obtenido una $r = 0.798$ que implica una relación significativa alta; es que, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1).

Conclusión Estadística

El Rho Spearman hallado fue 0.798, coeficiente significativo que indica una correlación positiva y alta con un 5% de probabilidad de error.

Por lo que, se llega a concluir que la motivación laboral se relaciona significativamente con la confiabilidad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

5.2.4. Contrastación de hipótesis entre la motivación laboral y la capacidad de respuesta en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Prueba de Hipótesis Específica 3

Respecto a las hipótesis formuladas, se demuestran los resultados conseguidos según el uso de la estadística:

Formulación de las Hipótesis:

Ho: La motivación laboral NO se relaciona significativamente con la capacidad de respuesta en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

H1: La motivación laboral se relaciona significativamente con la capacidad de respuesta en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Elección del estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba a las No Paramétricas que consta del Rho Spearman en consideración a las variables ordinales.

Nivel de significancia

Nuestro nivel de significancia es de 95%

$\alpha = 5\%$

Tabla 17.

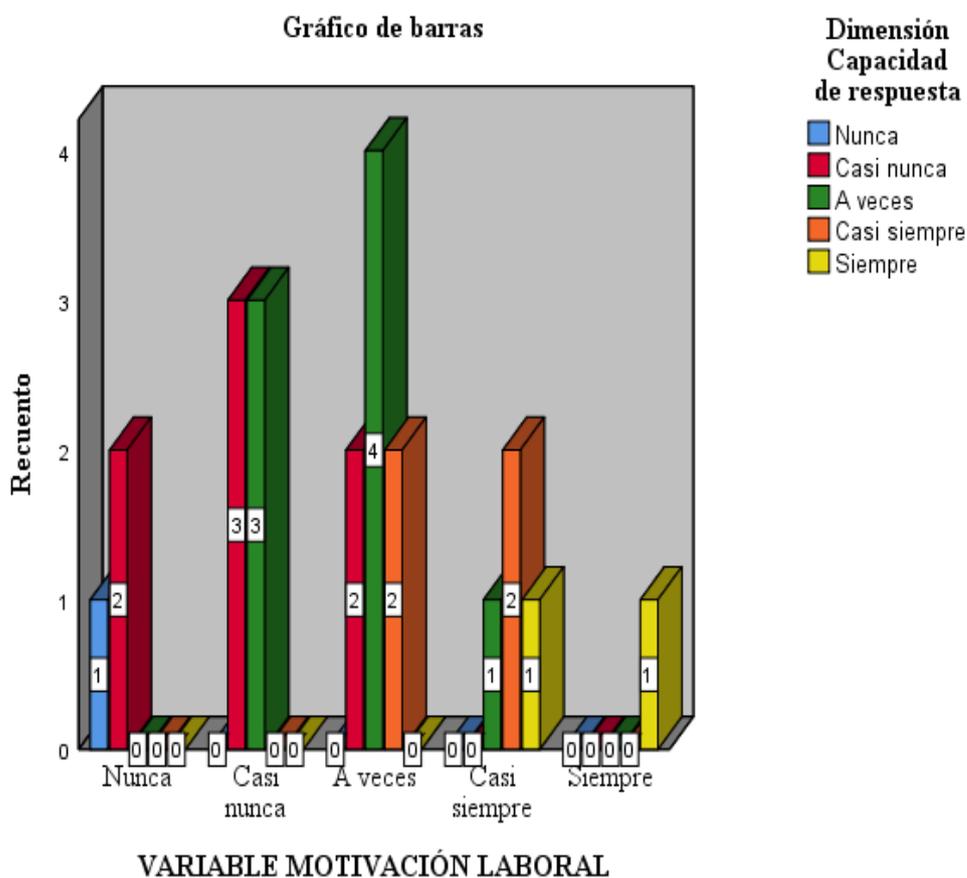
Estadístico de prueba entre la motivación laboral y la capacidad de respuesta

			VARIABLE MOTIVACIÓN LABORAL	Dimensión Capacidad de respuesta
Rho de Spearman	VARIABLE LABORAL	MOTIVACIÓN	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000
			N	22
	Dimensión respuesta	Capacidad de	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	0,762**
			N	22

Fuente: Elaboración propia

Figura 15.

La motivación laboral y la capacidad de respuesta



Decisión Estadística.

Obtenido una $r = 0.762$ que implica una relación significativa alta; es que, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1).

Conclusión Estadística

El Rho Spearman hallado fue 0.762, este coeficiente significativo indica la existencia de una correlación positiva y alta con un 5% de probabilidad de error.

Por lo que, se llega a concluir que la motivación laboral se relaciona significativamente con la capacidad de respuesta en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

5.2.5. Contrastación de hipótesis entre la motivación laboral y la seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Prueba de Hipótesis Específica 4

Respecto a las hipótesis formuladas, se demuestran los resultados conseguidos según el uso de la estadística:

Formulación de las Hipótesis:

Ho: La motivación laboral NO se relaciona significativamente con la seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

H1: La motivación laboral se relaciona significativamente con la seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Elección del estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba a las No Paramétricas que consta del Rho Spearman en consideración a las variables ordinales.

Nivel de significancia

Nuestro nivel de significancia es de 95%

$\alpha = 5\%$

Tabla 18.

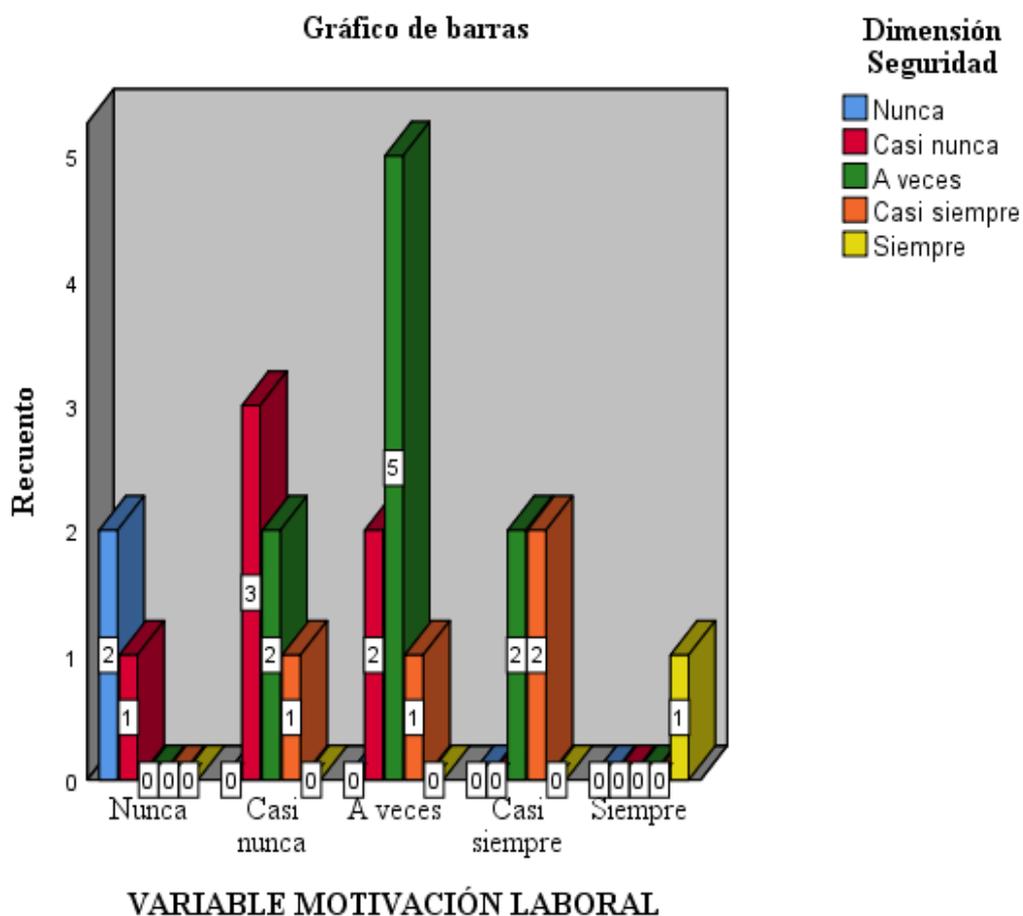
Estadístico de prueba entre la motivación laboral y seguridad

			VARIABLE MOTIVACIÓN LABORAL	Dimensión Seguridad
Rho de Spearman	VARIABLE MOTIVACIÓN LABORAL	Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 .	0,680** 0,000
	Dimensión Seguridad	N Coefficiente de correlación Sig. (bilateral)	22 0,680** 0,000	22 1,000 .
		N	22	22

Fuente: Elaboración propia

Figura 16.

Motivación laboral y seguridad



Decisión Estadística.

Obtenido una $r = 0.680$ que implica una relación significativa moderada; es que, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1).

Conclusión Estadística

El Rho Spearman hallado fue 0.680, este coeficiente significativo indica la existencia de una correlación positiva y moderada con un 5% de probabilidad de error.

Por lo que, se llega concluir que a motivación laboral se relaciona significativamente con la seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

5.2.6. Contrastación de hipótesis entre la motivación laboral y la empatía en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Prueba de Hipótesis Específica 5

Respecto a las hipótesis formuladas, se demuestra los resultados conseguidos según el uso de la estadística:

Formulación de las Hipótesis:

Ho: La motivación laboral NO se relaciona significativamente con la empatía en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

H1: La motivación laboral se relaciona significativamente con la empatía en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Elección del estadístico de prueba

Se utilizó como estadístico de prueba a las No Paramétricas que consta del Rho Spearman en consideración a las variables ordinales.

Nivel de significancia

Nuestro nivel de significancia es de 95%

$\alpha = 5\%$

Tabla 19.

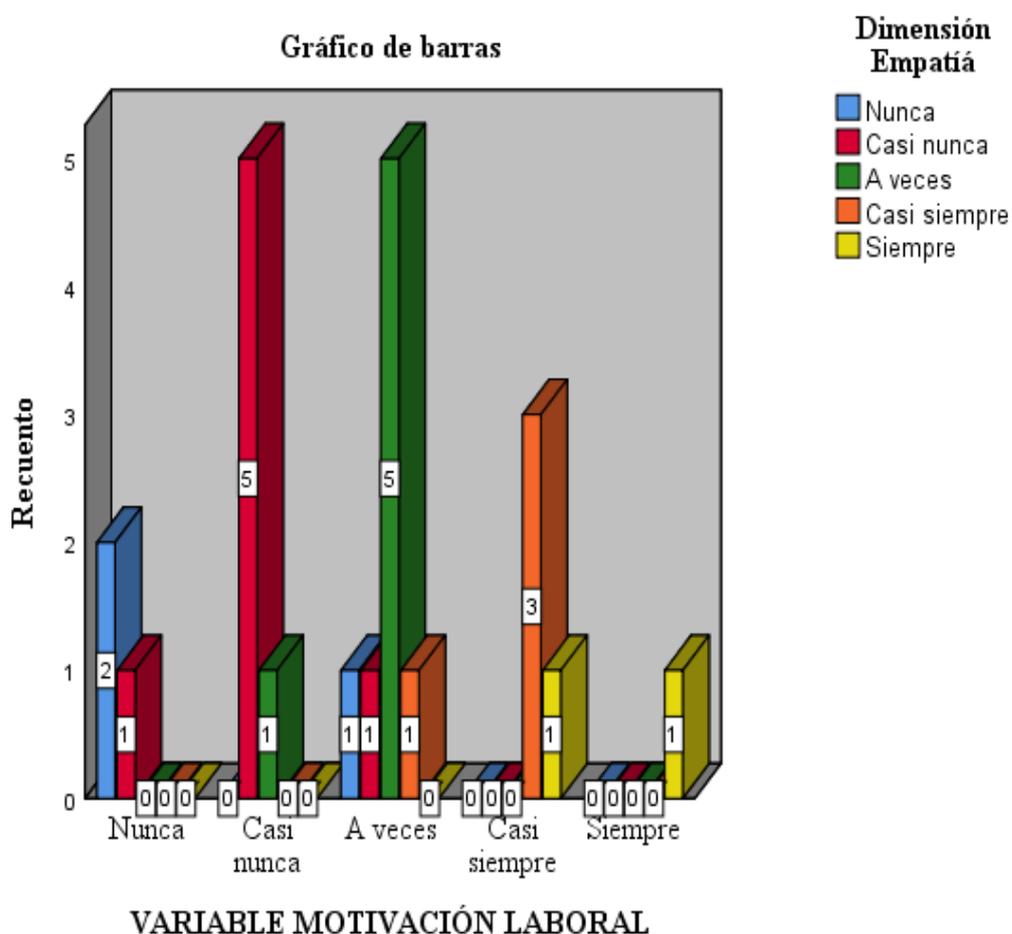
Estadístico de prueba entre la motivación laboral y la empatía

			VARIABLE MOTIVACIÓN LABORAL	Dimensión Empatía
Rho de Spearman	VARIABLE	Coefficiente de correlación	1,000	0,820**
	MOTIVACIÓN	Sig. (bilateral)	.	0,000
	LABORAL	N	22	22
	Dimensión Empatía	Coefficiente de correlación	0,820**	1,000
		Sig. (bilateral)	0,000	.
		N	22	22

Fuente: Elaboración propia

Figura 17.

La motivación laboral y la empatía



Decisión Estadística.

Obtenido una $r = 0.820$ que implica una relación significativa alta; es que, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1).

Conclusión Estadística

El Rho Spearman hallado fue 0.820, este coeficiente significativo indica la existencia de una correlación directa y alta con un 5% de probabilidad de error.

Por lo que, se llega concluir que la motivación laboral se relaciona significativamente con la empatía en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Análisis y discusión de resultados

En consideración a los resultados obtenidos de la primera variable de investigación: la motivación laboral en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022, se puede observar que, de los 22 colaboradores, en quienes se aplicó la escala de medición de la variable, de quienes un 36,4% contestaron, que a veces se da la motivación laboral, es decir 8 colaboradores, y un (27,3%) contestó que casi nunca se da la motivación laboral, lo que representa a 6 colaboradores. Por otro lado, un (18,2%) indicó que casi siempre se da la motivación laboral, un (13,6%) manifestó que nunca se da la motivación laboral y solo un (4,5%) indica que siempre se da la motivación laboral.

De modo que, se consideran también los resultados obtenidos relacionados a la segunda variable de investigación: calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022, del cual se puede observar que, de los 22 colaboradores, en quienes se aplicó la escala de medición de la variable, un 50,0% contestaron que a veces se da la calidad de servicio, es decir 11 colaboradores, un 22,7% contestó que casi nunca se da la calidad de servicio, representando a 5 colaboradores; un 13,6% indicó que casi siempre, es decir 3 colaboradores, un 9,1% manifestó que nunca se da la calidad de servicio, representado a 2 colaboradores y solo un 4,5% indica que siempre se da la calidad de servicio, es decir 1 colaborador.

Respecto al objetivo general de la investigación: Determinar cómo se relaciona la motivación laboral con la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022; se consiguió el resultado siguiente: Que, el coeficiente de determinación entre la motivación laboral y la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022, implica una relación significativa alta, al obtener una $r = 0.836$, por lo que, al respecto se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis de investigación alterna (H_1), debido a que el Rho Spearman hallado fue de 0.816, por lo que este coeficiente significativo

según Hernández Sampieri y Mendoza (2018, p. 257) indica la existencia de una correlación positiva y alta con 5% de probabilidad de error., Por lo que, se concluyó que la motivación laboral se relaciona significativamente con la calidad de servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

El resultado anterior, es corroborado por los resultados obtenidos en la investigación desarrollada por Núñez, M. titulada La motivación laboral y calidad de servicio de la empresa GEINSA de la ciudad de Lima cuyo fin general fue, determinar la relación de ambas variables de estudio, para lo que el investigador utilizó un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo- correlacional, de diseño no experimental, de cuya data acopiada y procesada llevo a la similar conclusión que si existe una relación directa entre las variables al obtener un p valor de $0.00 < 0.05$ y con un nivel alto de 87.1% es decir, entre las variables motivación laboral y calidad de servicio de la empresa GEINSA de la ciudad capital de Lima.

De igual forma, se corrobora con lo manifestado por Kotller, P. quien afirma que la calidad de servicio es como resultado de minimizar los errores o fallos en los productos y servicios, ofrecidos al mercado, además del control de la calidad durante la ejecución de la manufactura y la entrega de servicios; pero para esto, es importante que el personal este comprometido en el mejoramiento continuo, la eficiencia en la prestación de servicios y orientado a la satisfacción de los clientes, Es decir, que deben estar altamente motivados e incentivados a desarrollar sus funciones con mucha habilidad, conocimiento, sabiduría, experticia y sobre todo identificación con lo que hacen.

En relación al primer objetivo específico de la investigación: Determinar cómo se relaciona la motivación laboral con los elementos tangibles en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022; se consiguió el resultado siguiente: Que, el coeficiente de determinación entre la motivación laboral y los elementos tangibles en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022, implica una relación significativa alta, debido a que la

$r = 0,792$, por lo que se rechazó la hipótesis nula (H_0) y se aceptó la hipótesis de investigación (H_1). Por cuanto el Rho Spearman hallado fue de 0.792; tal cual Hernández Sampieri y Mendoza (2018, p. 257) manifiestan que este coeficiente significativo indica que existe una correlación positiva y alta con un 5% de probabilidad de error; por lo que se concluyó que la motivación laboral se relaciona significativamente con los elementos tangibles en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

De lo anterior, Zeithaml, Parasuraman y Berry, refiere que, para medir la satisfacción de los clientes respecto a la calidad del servicio usado, se debe comparar las percepciones generadas del cliente después de usar el producto, con las expectativas que se genera antes de comprarla, de cuya diferencia se definirá la calidad del servicio, es decir, que un cliente previo a hacer contacto con el producto se genera todo un formato de expectativas relacionadas a la misma empresa, marca y producto, dentro de los cuales está la evidencia física que debe de presentar la empresa proveedora, como las oficinas, instalaciones, luminosidad, ambientación, presentación y Pulcridad del personal, entre otros., que repercuten en la experiencia de compra y calidad del producto adquirido.

Es en ese sentido, que este autor presenta la herramienta de medición SERVQUAL de la calidad del servicio, en donde considera que los Elementos tangibles, es toda la parte visible que acompaña a toda la oferta del servicio, cuya finalidad es transmitir las representaciones físicas o imágenes del servicio a los clientes sobre el cual ellos evalúan mejor la calidad.

Del mismo modo, para el segundo objetivo específico de la investigación: Establecer cómo se relaciona la motivación laboral con la confiabilidad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022; se consiguió el resultado siguiente: Que, el coeficiente de determinación entre la motivación laboral y la confiabilidad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022, implica una relación significativa alta. En tal sentido se rechaza la

hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de investigación alterna (H_1), por cuanto la r hallada fue de 0,798; teniendo en consideración de que el Rho de Spearman hallado fue de 0.798 que según Hernández Sampieri y Mendoza (2018, p. 257) es un coeficiente significativo que nos indica que existe correlación positiva y alta con un 5% de probabilidad de error; por lo que, se concluyó que la motivación laboral se relaciona significativamente con la confiabilidad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Estos resultados tienen una coincidencia con lo manifestado por Herrera, J. quien dice que una empresa madura y responsable ubica a sus clientes como la piedra angular en la filosofía de sus negocios y en sus planes estratégicos; es en ese sentido, la necesidad de que las organizaciones, consideren a los siguientes mandamientos: Que se debe cumplir con todo lo que se promete al cliente (confiabilidad), de lo contrario se sienten engañados y se van., es decir, que no se debe de sobre prometer para luego no cumplir, además, que para satisfacer al cliente, se tiene que brindarles más de lo que ellos esperan de su proveedor. Pero para esto se tiene que conocer que es lo que le agrada y desagrada., y si se falla en algo, entonces todo el formato de servicio o producto también falla, se debe de ser muy exigente respecto a evitar fallos en los procesos de atención al cliente; en todo lo anterior está el compromiso e involucramiento del personal de la empresa que debe de estar altamente capacitado y motivado.

Del mismo modo, para el tercer objetivo específico de la investigación: Determinar cómo se relaciona la motivación laboral con la capacidad de respuesta en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022; se consiguió el resultado siguiente: Que, el coeficiente de determinación entre la motivación laboral y la capacidad de respuesta en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022, implica una relación significativa alta. En tal sentido se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de investigación alterna (H_1), por cuanto la r hallada fue de 0,762, teniendo en consideración de que el Rho de Spearman

hallado fue de 0.762 que según Hernández Sampieri y Mendoza (2018, p. 257) es un coeficiente significativo que nos indica que existe correlación positiva y alta con un 5% de probabilidad de error; por lo que se concluyó que la motivación laboral se relaciona significativamente con la capacidad de respuesta en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Estos resultados coinciden con los conseguidos por Zeithaml, Parasuraman y Berry quien en su libro *Un modelo conceptual de calidad de servicio y sus implicaciones para la investigación futura SERVQUAL* define que la capacidad de respuesta, es aquella predisposición por parte de los trabajadores en querer servir bien a los clientes, como atención rápida, responder y solucionar problemas y quejas, hacerlos sentir especiales para la empresa, del cual son directamente los responsables el total del personal adecuadamente motivado y valorado por su organización.

De la misma manera, lo confirma Jefe, E. quien refiere que el nivel de motivación laboral en los colaboradores de una empresa, tiene repercusión directa en su desempeño y productividad laboral, por lo que, la motivación laboral se convierte en el factor central de su capacidad de respuesta al cliente, el cual es un factor que conlleva al éxito de cualquier organización, vale decir, que cuanto más motivados estén los colaboradores, entonces se incrementaran la determinación con el que los colaboradores cumplan eficientemente con sus funciones y responsabilidades, favoreciendo al incremento de su productividad y a la satisfacción del cliente.

Del mismo modo, para el cuarto objetivo específico de la investigación: Establecer cómo se relaciona la motivación laboral con la seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022; se consiguió el resultado siguiente: Que, el coeficiente de determinación entre la motivación laboral y la seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022, implica una relación significativa moderada. En tal sentido se

rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de investigación alterna (H_1), por cuanto la r hallada fue de 0,680, teniendo en consideración de que el Rho de Spearman hallado fue de 0.680 que según Hernández Sampieri y Mendoza (2018, p. 257) es un coeficiente significativo que nos indica que existe correlación positiva y moderada con un 5% de probabilidad de error; por lo que, la motivación laboral se relaciona significativamente con la seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Estos resultados tienen una coincidencia con lo establecido por Palacios, S. en su investigación titulada La Motivación y su influencia en la Productividad de los Colaboradores de la Empresa Novartis de la ciudad de Guayaquil, desarrollada con la finalidad de hacer un análisis a la motivación de los trabajadores de la empresa Novartis de la ciudad de Guayaquil y como está influye en la productividad. Usando una metodología de tipo no experimental, con corte transversal, diseño correlacional, y de enfoque cuantitativo, en el que concluyo que, implementar estrategias para motivar al personal resulta fundamental debido a que influye directamente en los resultados empresariales; además, de identificar que, los programas de capacitación incrementan los niveles de productividad laboral, por cuanto fortalecen sus habilidades y conocimientos impartidos diariamente en el desarrollo de sus funciones, lo que genera un contexto de confianza y seguridad sobre el cual los clientes se desenvuelven.

Adicionalmente que Salazar, C. en su libro: La motivación laboral y la calidad del servicio menciona que la motivación son procesos relacionados a la intensidad, compromiso, dirección y persistencia en los esfuerzos que realiza un trabajador, lo que se refleja en las aptitudes, conocimientos, y atención, sobre el cual inspira credibilidad y confianza en el cliente y la organización.

Del mismo modo, para el quinto objetivo específico de la investigación: Determinar cómo se relaciona la motivación laboral con la empatía en la Empresa Inversiones

Portaimport SAC - 2022; se consiguió el resultado siguiente: Que, el coeficiente de determinación entre la motivación laboral con la empatía en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022, implica una relación significativa alta. En tal sentido se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis de investigación alterna (H_1), por cuanto la r hallada fue de 0,820; teniendo en consideración de que el Rho de Spearman hallado fue de 0.820 que según Hernández Sampieri y Mendoza (2018, p. 257) es un coeficiente significativo que nos indica que existe correlación positiva y alta con un 5% de probabilidad de error; por lo que se concluyó que la motivación laboral se relaciona significativamente con la empatía en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Estos resultados, coinciden con lo afirmado por Zeithaml, Parasuraman y Berry, quien refiere que la empatía es la capacidad para personalizar la atención al cliente de manera respetuosa, amable, y cordial; lo cual es posible si el personal está debidamente motivado y comprometido con sus funciones; por lo tanto, la empatía del personal es una herramienta poderosa para una empresa proveedora, en tanto que comprender las necesidades del cliente, les ayuda a no frustrarse en su experiencia de compra y los encamina hacia la satisfacción con el producto o servicio. Cuando los clientes son empáticos, entonces desarrollan la capacidad de interactuar con sus clientes, construir y fortalecer la relación entre empresa y cliente, hacerlos sentir escuchados, respetados y comprendidos, sobre el cual se gana la lealtad de ellos. De todo lo anterior, habiendo discutido los resultados y consecuencias, se recomienda profundizarlas en investigaciones futuras con mayor profundidad y complejidad en el nivel de investigación.

Conclusiones

1. Se ha determinado, que la motivación laboral presenta una relación significativamente alta con la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022; por cuanto el Rho Spearman hallado fue de 0.836., con un 5% de probabilidad de error; por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1). concluyendo que la motivación laboral se relaciona significativamente con la calidad de servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.
2. Se ha determinado, que la motivación laboral presenta una relación significativamente alta con los elementos tangibles en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022; por cuanto el Rho Spearman hallado fue de 0.792., con un 5% de probabilidad de error; por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1). concluyendo que la motivación laboral se relaciona significativamente con los elementos tangibles en la Empresa Inversiones Portaimport SAC – 2022.
3. Se ha establecido, que la motivación laboral presenta una relación significativamente alta con la confiabilidad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022; por cuanto el Rho Spearman hallado fue de 0.798., con un 5% de probabilidad de error; por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1). concluyendo que la motivación laboral se relaciona significativamente con la confiabilidad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.
4. Se determinó, que la motivación laboral presenta una relación significativamente alta con la capacidad de respuesta en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022; por cuanto el Rho Spearman hallado fue de 0.762., con un 5% de probabilidad de error; por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1).

concluyendo que la motivación laboral se relaciona significativamente con la capacidad de la respuesta en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

5. Se estableció, que la motivación laboral presenta una relación significativamente moderada con la seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022; por cuanto el Rho Spearman hallado fue de 0.680., con un 5% de probabilidad de error; por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1). concluyendo que la motivación laboral se relaciona significativamente con la seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.
6. Se determinó, que la motivación laboral presenta una relación significativamente alta con la empatía en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022; por cuanto el Rho Spearman hallado fue de 0.820., con un 5% de probabilidad de error; por lo que se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna de la investigación (H_1). concluyendo que la motivación laboral se relaciona significativamente con la empatía en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.

Recomendaciones

A los responsables de gestionar la Empresa Inversiones Portaimport SAC., se recomienda lo siguiente:

1. Se recomienda, mejorar las políticas de motivación e incentivo para el personal, entendiéndose que los colaboradores no ofrecerán lo mejor de sí mismos, sino están satisfechos o si sienten que no son valorados por su compromiso e involucramiento funcional, por lo que, con las capacitaciones y mejoramiento de incentivos se maximizaran su interés laboral, su crecimiento y desarrollo, además de proveerles un buen clima y cultura organizacional, con el que se lograra su involucramiento con mejorar la calidad del servicio que prestan en la empresa.
2. Habiéndose determinado que la motivación laboral se relaciona con los elementos tangibles, los responsables de la gestión de la empresa, deben de mejorar el ambiente en el cual labora el personal a fin de generarles un contexto de comodidad, confort, seguridad y confianza laboral y de esta manera elevar su desempeño laboral; recomendaciones que también deben acompañar a sus puntos de venta de la empresa, es decir, presentar con pulcritud al personal de contacto con el cliente, mejorar el diseño de ambiente del local (diseños emblemáticos), ofrecer cámaras de video vigilancia.
3. Se recomienda, capacitar permanentemente a todo el personal de la empresa a fin de ampliar sus conocimientos, habilidades y destrezas relacionadas a la capacidad para desempeñar eficientemente el servicio prometido con formalidad y exactitud desde el primer contacto con los clientes, de manera que los clientes detecten los conocimientos profesionales del personal y se generen la mejor experiencia de compra en los puntos de venta. Adicionalmente, se debe considerar que las capacitaciones incrementan la motivación y satisfacción laboral de los trabajadores en la organización.

4. Se recomienda reclutar y seleccionar personal altamente comprometido con la prestación de servicios de calidad, además de capacitados y con experiencia comprobada a través de procesos planificados de selección de colaboradores, a fin de garantizar la prestación de servicios de orientación de manera rápida y oportuna frente a las inquietudes, solicitudes de información y consultas relacionadas a los productos que se venden en los puntos de venta de la empresa.
5. Se recomienda, realizar encuestas a fin de manejar información respecto a los conocimientos, capacidades y habilidades que demuestran los colaboradores al momento de prestar sus servicios a los clientes, y conocer objetivamente si vienen transmitiendo un contexto de seguridad y confianza, mientras estos permanecen en la empresa; dado que según lo manifestado por los clientes, estos se sienten hostigados por el acompañamiento de los colaboradores, que no se despegan mientras estos eligen sus productos de interés; por lo que se sugiere también mejorar el sistema de cámaras de vigilancia y seguridad de la tienda a fin de no tener puntos ciegos y de esta manera evitar la incomodidad manifestada.
6. Entre las capacitaciones que se desarrollaran en la empresa, se recomienda tocar tópicos relacionados al desarrollo de la capacidad empática del personal a fin de que estos se sientan motivados y tomen conciencia de los sentimientos, necesidades y preocupaciones de los clientes, y se generen sentimientos de simpatía, comprensión, respeto, amabilidad con el cual presten sus servicios y sobre todo estrechen relaciones de lealtad.

Referencias Bibliográficas

- Abadi, M. (2017). *La calidad de servicio. investigación científica*, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Buenos Aires.
- Alcalde, P. (2019). *Calidad. Segunda edición. Ediciones Paraninfo, S.A.* España.
- Allen, D. (2010). *Sé más eficaz.* Editorial Alienta. Barcelona. España.
- Arbañil, K. (2019). “*La Calidad de servicio como efecto de la Motivación institucional en el área comercial de la empresa Aseguradora Pacifico Seguros*”, Universidad Tecnológica del Perú.
- Arias, J. (2022). *Metodología de la investigación. El método Arias para realizar un proyecto de tesis.* (1ª. Edic.). Editorial: Inudi.edu.pe.
- Bernal, C. (2018). *Metodología de la Investigación. Administración, economía, humanidades y ciencias sociales.* (4ª. Edic). Editorial Pearson, Colombia.
- Customer, P. E. (2015). *Medición de experiencia de clientes.* Isapres.
- Cantú, J. (2017). *Desarrollo de una cultura de calidad.* Segunda edición. Editorial McGraw-Hill Latinoamericana. México.
- Cruz, N., Martin, V., & Trevilla, C. (2014). *Influencia de la motivación intrínseca y extrínseca sobre la transmisión del conocimiento.* Revista de la economía de la salud, publica, social y cooperativa, 66, 190-192.
- Chua, R., Gryna, F., & Defeo, J. (2017). *Análisis y planeación de la calidad* (Vol. 5ta Edición). México: Interamericana Editores S.A.

- Del Carpio, G. & Marín, D. (2020). *“Motivación laboral y calidad del servicio en una empresa gastronómica de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018”*., Universidad Privada del Norte de Lima – Perú.
- Evans, R. J., & Lindsay, M. W. (2018). *“Administración y Control de la Calidad”*, México: Cengage Learning.
- Grande, I. (2018). *Marketing de servicios*. 4ta Edición. ESIC Editorial. España.
- Grönroos, C. (1994): *Marketing y gestión de servicios*. Díaz de Santos, Madrid.
- Gonzales, L. (2019). *“La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018”*., Universidad Tecnológica del Perú.
- Gonzales, E. (2021). *“Motivación Extrínseca y Desempeño Laboral de los colaboradores del área de acopio de la Empresa Minera Yanaquihua S.A.C. Arequipa, 2019”*; Universidad Nacional de Cajamarca, Cajamarca – Perú.
- Gutiérrez, H. (2019). *Calidad total y productividad*. 3era edición. McGraw-Hill. México.
- Herzberg, F. (1989). *Motivación en el trabajo*. Wiley, Nueva York.
- Herzberg F, Mausner B, Snyderman B. (2009). *Motivación en el trabajo*. New York: John Wiley & Sons.
- Herrera, J. E. (2018). *Gerencia del Servicio: La clave para ganar todos*. Bogota: Ecoe Ediciones.
- Jefe, E. (2020). *Teorías de motivación según Stoner, Maslow, Sexton, Aristóteles y Mahillo*. 3era edición. McGraw-Hill. México.

Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. Nueva Yersey: Prentice Hall

Molano, A. (2018). “*Influencia de la motivación en el desempeño laboral de los trabajadores millennials del rubro bancario. Boyacá, Colombia*”., Universidad de Buenos Aires – Argentina.

McClelland, D. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Foresman and Company.

Núñez, M. et al. (2021). “*Motivación laboral y Calidad de servicio de la empresa GEINSA – Lima 2021*”; para la Universidad Tecnológica del Perú de Lima – Perú.

Palacios, S. (2022). “*La Motivación y su influencia en la Productividad de los Colaboradores de la Empresa Novartis de la ciudad de Guayaquil*”., Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Guayaquil – Ecuador.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (2008). Un modelo conceptual de calidad de servicio y sus implicaciones para la investigación futura SERVQUAL. Sao Paulo: Prentice Hall.

Proaño, E. (2022). “*Motivación y desempeño en el área de producción de la “Corporación Impactex Ltda.” en la era post covid-19*”., Universidad Técnica de Ambato, Ambato – Ecuador.

Pizzo, M. (2017). *Construyendo una definición de Calidad en el Servicio*. Recuperado el 29 de agosto de 2013, de la fuente: <http://comoservirconexcelencia.com/blog/construyendo-una-definicion-de-calidad-en-el-servicio/.html>

Reeve, J. (2019). *Motivación y Emoción*. México D.F: Ed. Mc Graw Hill.

Riveros, P. (2017). *Sistema de gestión de la calidad del servicio. Sea líder en mercados altamente competitivos*. 6a Edición. ECOE Ediciones. Bogotá, Colombia.

Salazar, C. (2018). “*La Motivación Laboral y su incidencia en la Calidad del servicio en el sector micro empresarial*”; Universidad Estatal de Milagro – Ecuador.

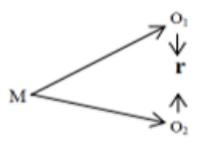
Torres, V. C. (2016). *Calidad total en la atención al cliente*. España: Gesbiblo.

Vera, C. (2019). “*La Motivación y su influencia en la Satisfacción laboral del personal de galletas PUIG*”, Universidad Católica Andrés Bello de Caracas – Venezuela.

Vroom, V. H. (1964). *Teoría de la expectativa*. México: Pearson Education.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de Consistencia “Motivación laboral y Calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport S.A.C. - 2022”

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Variables	Metodología
¿Cómo se relaciona la motivación laboral con la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022?	Determinar cómo se relaciona la motivación laboral con la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.	La motivación laboral se relaciona significativamente con la calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.	<p>Variable 1: Motivación laboral</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Factores motivacionales - Factores de higiene. <p>Variable 2: Calidad del servicio</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Elementos tangibles. - Confiabilidad. - Capacidad de respuesta. - Seguridad. - Empatía. 	<p>Método de investigación general: método científico.</p> <p>Métodos específicos: Hipotético – Deductivo; Analítico-sintético.</p> <p>Enfoque: Cuantitativo.</p> <p>Tipo de investigación: Aplicada o utilitaria.</p> <p>Nivel de investigación: Correlacional.</p> <p>Diseño de investigación general: No experimental.</p> <p>Específico: transversal.</p> <p>Esquema:</p>  <p>Donde: M = Muestra O₁ = Observación a la V.1. Motivación laboral. O₂ = Observación a la V.2. Calidad del servicio. r = Correlación entre dichas variables</p> <p>Población: 22 trabajadores de la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.</p> <p>Muestra: muestral censal, por cuanto la muestra se representará con el total de individuos del universo poblacional.</p> <p>Técnicas: Encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario tipo Likert.</p> <p>Técnicas de procesamiento y análisis de datos: Estadística descriptiva Estadística inferencial</p>
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas		
¿Cómo se relaciona la motivación laboral con los elementos tangibles en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022?	Determinar cómo se relaciona la motivación laboral con los elementos tangibles en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.	La motivación laboral se relaciona significativamente con los elementos tangibles en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.		
¿Cómo se relaciona la motivación laboral con la confiabilidad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022?	Establecer cómo se relaciona la motivación laboral con la confiabilidad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.	La motivación laboral se relaciona significativamente con la confiabilidad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.		
¿Cómo se relaciona la motivación laboral con la capacidad de respuesta en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022?	Determinar cómo se relaciona la motivación laboral con la capacidad de respuesta en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.	La motivación laboral se relaciona significativamente con la capacidad de respuesta en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.		
¿Cómo se relaciona la motivación laboral con la seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022?	Establecer cómo se relaciona la motivación laboral con la seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.	La motivación laboral se relaciona significativamente con la seguridad en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.		
¿Cómo se relaciona la motivación laboral con la empatía en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022?	Determinar cómo se relaciona la motivación laboral con la empatía en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.	La motivación laboral se relaciona significativamente con la empatía en la Empresa Inversiones Portaimport SAC - 2022.		

Anexo 2: Matriz de Operacionalización de las variables

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Variable 1 Motivación laboral	Herzberg, F. (2009) sostiene que “los trabajadores realmente se sienten motivados cuando sienten que su esfuerzo realizado es realmente retribuido con equidad, la misma que es comparada con la de otro trabajador y si no existen diferencias entonces percibe la equidad y la motivación justa”. (p. 39)	La V_1 motivación laboral se medirá con el instrumento cuestionario de encuesta elaborado en consideración a las dimensiones: factores motivacionales y factores de higiene con 20 ítems.	Factores motivacionales	1. Reconocimientos al buen desempeño. 2. Desarrollo personal. 3. Asensos y promociones. 4. Reconocimiento moral al buen desempeño. 5. Incentivos económicos al cumplimiento de metas. 6. Valoración al esfuerzo y compromiso. 7. Oportunidades para crecer profesionalmente. 8. Participación en la toma de decisiones y solución de problemas.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10.	Ordinal Tipo Likert
			Factores de higiene	9. Condiciones laborales. 10. Ambiente laboral. 11. Cultura organizacional. 12. Calidad de gestión. 13. Remuneraciones justas y equitativas. 14. Adecuadas relaciones laborales. 15. Trabajo coordinado y en equipo. 16. Beneficios sociales. 17. Formalización laboral y planillas.	11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20.	

Variable	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Items	Escala de medición
Variable 2 Calidad del servicio	Zeithaml, Parasuraman y Berry, (2008) sostiene que la calidad del servicio “genera múltiples beneficios para una empresa, como la retención y la fidelización de los clientes, en consecuencia, hablarán positivamente de la empresa. Es decir, que la calidad del servicio es un factor importante cuando se trata de evaluar la satisfacción del cliente”. (p. 417)	La V ₂ calidad de servicio se medirá con el instrumento cuestionario de encuesta elaborado en consideración a las dimensiones: Tangibilidad, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía., con 20 items.	Tangibilidad	1. Instalaciones amplias y cómodas. 2. Ambientación y luminosidad adecuada. 3. Local contra contaminación auditiva. 4. Apariencia y pulcritud en los trabajadores.	1, 2, 3, 4.	Ordinal Tipo Likert
			Confiabilidad	5. Experiencia en la atención al cliente. 6. Habilidad para prestar servicios sin errores. 7. Nivel de cumplimiento del servicio prometido. 8. Ejecución fiable y cuidadosa del servicio. 9. Respuesta inmediata a la solicitud de los clientes.	5, 6, 7, 8, 9.	
			Capacidad de respuesta	10. Predisposición a servir al cliente. 11. Comunicación asertiva. 12. Prestar servicios de manera rápida y adecuada. 13. Capacidad para orientar y solucionar dudas de los clientes. 14. Conocimiento pleno de los productos.	10, 11, 12, 13, 14.	
			Seguridad	15. Profesionalismo en el desenvolvimiento laboral. 16. Seguridad y confianza del punto de venta. 17. Calidad garantizada de los productos. 18. Habilidad para inspirar confianza y credibilidad.	15, 16, 17, 18.	
			Empatía	19. Trato cortés, amable y respetuoso. 20. Cutinización en la atención al cliente.	19, 20	

Anexo 3: Matriz de Operacionalización del instrumento.

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	PREGUNTA	ESCALA DE MECIÇÃO	
Variable 1	Factores motivacionales	1. Reconocimientos al buen desempeño.	1. Usted, ha recibido algún tipo de reconocimiento en el tiempo que viene trabajando en la empresa.	Ordinal Tipo Likert	
		2. Desarrollo personal.	2. Usted, se siente reconocido y valorado por los directivos de la empresa.		
		3. Asensos y promociones.	3. Usted, siente desarrollarse personal y profesionalmente en la empresa.		
		4. Reconocimiento moral al buen desempeño.	4. En la empresa Inversiones Portaimport SAC., se asciende o promociona a los mejores trabajadores.		
		5. Incentivos económicos al cumplimiento de metas.	5. Los directivos, dan una carta de felicitación al personal que demuestra un buen desempeño laboral.		
		6. Valoración al esfuerzo y compromiso.	6. Cuando el personal cumple sus metas asignadas es incentivado económicamente para motivarlo y comprometerlo con la empresa y los clientes.		
		7. Oportunidades para crecer profesionalmente.	7. Los directivos acostumbran valorar el esfuerzo y compromiso del personal.		
		8. Participación en la toma de decisiones y solución de problemas.	8. Considera que la empresa le brinda las oportunidades como para crecer profesionalmente. 9. Se siente estar estancado y no crecer en la empresa.		
	Factores de higiene	9. Condiciones laborales.	10. Usted, opina y participa en la toma de decisiones y solución de problemas de la empresa.		11. Considera que las condiciones laborales en la empresa son las más adecuadas.
		10. Ambiente laboral.	12. Considera que el ambiente laboral es sano.		12. Considera que el ambiente laboral es sano.
		11. Cultura organizacional.	13. Considera usted que la cultura organizacional es propicia para crecer laboralmente.		13. Considera usted que la cultura organizacional es propicia para crecer laboralmente.
12. Calidad de gestión.		14. Los directivos tienen capacidad de gestión.	14. Los directivos tienen capacidad de gestión.		
13. Remuneraciones justas y equitativas.		15. Considera que su remuneración le permiten satisfacer sus necesidades. 16. La empresa le garantiza su estabilidad económica.	15. Considera que su remuneración le permiten satisfacer sus necesidades. 16. La empresa le garantiza su estabilidad económica.		
14. Adecuadas relaciones laborales.		17. Tiene usted, adecuadas relaciones laborales con sus compañeros de trabajo.	17. Tiene usted, adecuadas relaciones laborales con sus compañeros de trabajo.		
15. Trabajo coordinado y en equipo.		18. Considera, que todo el personal promueve el trabajo coordinado y en equipo.	18. Considera, que todo el personal promueve el trabajo coordinado y en equipo.		
10. Beneficios sociales.		19. Usted, goza de todos los beneficios sociales dispuestos por ley laboral.	19. Usted, goza de todos los beneficios sociales dispuestos por ley laboral.		
11. Formalización laboral y planillas.		20. La empresa le ofrece estabilidad laboral, al cumplir con los contratos y considerar en planilla.	20. La empresa le ofrece estabilidad laboral, al cumplir con los contratos y considerar en planilla.		

VARIABLE	DIMENSION	INDICADOR	PREGUNTA	ESCALA DE MEDICION
Variable 2 Calidad del Servicio	Elementos tangibles	1. Instalaciones amplias y cómodas. 2. Ambientación y luminosidad adecuada. 3. Local contra contaminación auditiva. 4. Apariencia y pulcritud en los trabajadores.	1. El local comercial de Inversiones Portaimport SAC., son amplias, espaciosas y cómodas. 2. La ambientación y luminosidad del local comercial de Inversiones Portaimport SAC., son las más adecuadas. 3. El local comercial de Inversiones Portaimport SAC., está libre de la contaminación auditiva. 4. Los trabajadores de la empresa, están bien uniformados y tienen una buena presentación y pulcritud SAC.	Ordinal Tipo Likert
	Confiabilidad	5. Experiencia en la atención al cliente. 6. Habilidad para prestar servicios sin errores. 7. Nivel de cumplimiento del servicio prometido. 8. Ejecución fiable y cuidadosa del servicio. 9. Respuesta inmediata a la solicitud de los clientes.	5. Los trabajadores han sido seleccionados y contratados en base a su experiencia comprobada en este tipo de empresas. 6. Considera usted, que el personal está capacitado como para evitar fallas y errores en la prestación de sus servicios. 7. Considera usted, que la empresa cumple con lo que promete a sus clientes, respecto a la calidad de sus productos y servicios. 8. La atención al cliente por parte de los colaboradores de la empresa es cuidadosa y confiable. 9. Los colaboradores, están debidamente capacitados como para responder con rapidez a las exigencias y solicitudes de los clientes que van al punto de venta de Inversiones Portaimport SAC.	
	Capacidad de respuesta	10. Predisposición a servir al cliente. 11. Comunicación asertiva. 12. Prestar servicios de manera rápida y adecuada. 13. Capacidad para orientar y solucionar dudas de los clientes. 14. Conocimiento pleno de los productos.	10. El personal de Inversiones Portaimport SAC., está siempre predispueto a servir a los clientes. 11. El personal de Inversiones Portaimport SAC., es capacitado para comunicarse adecuadamente con los clientes. 12. La atención al cliente es rápida y adecuada. 13. La empresa Inversiones Portaimport SAC., invierte en capacitar a su personal para orientar y dar solución a las dudas y problemas de los clientes. 14. El personal de ventas tiene conocimiento pleno de las características técnicas de cada producto.	
	Seguridad	15. Profesionalismo en el desenvolvimiento laboral. 16. Seguridad y confianza del punto de venta. 17. Calidad garantizada de los productos. 18. Habilidad para inspirar confianza y credibilidad.	15. Considera usted, que el personal es altamente profesional en su desempeño laboral. 16. Considera usted, que el local de la empresa es seguro y confiable para los clientes que visitan. 17. Considera usted, que los productos que se venden son de calidad garantizada. 18. El personal sabe inspirar confianza y credibilidad a los clientes.	
	Empatía	19. Trato cortés, amable y respetuoso. 20. Cutinización en la atención al cliente.	19. El personal de la empresa es cortés, amable, respetuoso con los clientes. 20. Los clientes que visitan el local comercial reciben una atención personalizada.	

Anexo 4: Instrumento de Investigación

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
Facultad de Ciencias Administrativas y Contables
Escuela Profesional de Administración y Sistemas



Título: “Motivación laboral y Calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport S.A.C. - 2022”

Instrucciones para el llenado del cuestionario:

Estimado trabajador de la Empresa Inversiones Portaimport SAC., se le solicita muy respetuosamente su colaboración en el relleno de los items en el presente cuestionario para lo que debe de responder de manera veraz y objetiva; cuya información será útil al estudio, agradeciéndole por su tiempo y predisposición.

Nunca = 1	Casi nunca = 2	A veces = 3	Casi siempre = 4	Siempre = 5
--------------	----------------	-------------	------------------	-------------

Variable 1: Motivación laboral

Factores motivacionales	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1. Usted, ha recibido algún tipo de reconocimiento en el tiempo que viene trabajando en la empresa.					
2. Usted, se siente reconocido y valorado por los directivos de la empresa.					
3. Usted, siente desarrollarse personal y profesionalmente en la empresa.					
4. En la empresa Inversiones Portaimport SAC., se asciende o promociona a los mejores trabajadores.					
5. Los directivos, dan una carta de felicitación al personal que demuestra un buen desempeño laboral.					
6. Cuando el personal cumple sus metas asignadas es incentivado económicamente para motivarlo y comprometerlo con la empresa y los clientes.					
7. Los directivos acostumbran valorar el esfuerzo y compromiso del personal.					
8. Considera que la empresa le brinda las oportunidades como para crecer profesionalmente.					
9. Se siente estar estancado y no crecer en la empresa.					
10. Usted, opina y participa en la toma de decisiones y solución de problemas de la empresa.					

Factores de higiene	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
11. Considera que las condiciones laborales en la empresa son las más adecuadas.					
12. Considera que el ambiente laboral es sano.					
13. Considera usted que la cultura organizacional es propicia para crecer laboralmente.					
14. Los directivos tienen capacidad de gestión.					
15. Considera que su remuneraciones le permiten satisfacer sus necesidades.					
16. La empresa le garantiza su estabilidad económica.					
17. Tiene usted, adecuadas relaciones laborales con sus compañeros de trabajo.					
18. Considera, que todo el personal promueve el trabajo coordinado y en equipo.					
19. Usted, goza de todos los beneficios sociales dispuestos por ley laboral.					
20. La empresa le ofrece estabilidad laboral, al cumplir con los contratos y considerar en planilla.					

Gracias por participar

Título: “Motivación laboral y Calidad del servicio en la Empresa Inversiones Portaimport SAC. - 2022”

Instrucciones para el llenado del cuestionario:

Estimado trabajador de la Empresa Inversiones Portaimport SAC., se le solicita muy respetuosamente su colaboración en el relleno de los items en el presente cuestionario para lo que debe de responder de manera veraz y objetiva; cuya información será útil para el estudio, agradeciéndole por su tiempo y predisposición.

Nunca = 1	Casi nunca = 2	A veces = 3	Casi siempre = 4	Siempre = 5
-----------	----------------	-------------	------------------	-------------

Variable 2: Calidad del servicio

Elementos tangibles	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
1. El local comercial de Inversiones Portaimport SAC., son amplias, espaciosas y cómodas.					
2. La ambientación y luminosidad del local comercial de Inversiones Portaimport SAC., son las más adecuadas.					
3. El local comercial de Inversiones Portaimport SAC., está libre de la contaminación auditiva.					
4. Los trabajadores de la empresa, están bien uniformados y tienen una buena presentación y pulcritud.					
Fiabilidad	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
5. Los trabajadores han sido seleccionados y contratados en base a su experiencia comprobada en este tipo de empresas.					
6. Considera usted, que el personal está capacitado como para evitar fallas y errores en la prestación de sus servicios.					
7. Considera usted, que la empresa cumple con lo que promete a sus clientes, respecto a la calidad de sus productos y servicios.					
8. La atención al cliente por parte de los colaboradores de la empresa es cuidadosa y confiable.					
9. Los colaboradores, están debidamente capacitados como para responder con rapidez a las exigencias y solicitudes de los clientes que van al punto de venta de Inversiones Portaimport SAC.					
Capacidad de respuesta	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE

10. El personal de Inversiones Portaimport SAC., está siempre predispuesto a servir a los clientes.					
11. El personal de Inversiones Portaimport SAC., es capacitado para comunicarse adecuadamente con los clientes.					
12. La atención al cliente es rápida y adecuada.					
13. La empresa Inversiones Portaimport SAC., invierte en capacitar a su personal para orientar y dar solución a las dudas y problemas de los clientes.					
14. El personal de ventas tiene conocimiento pleno de las características técnicas de cada producto.					
Seguridad	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
15. Considera usted, que el personal es altamente profesional en su desempeño laboral.					
16. Considera usted, que el local de la empresa es seguro y confiable para los clientes que visitan.					
17. Considera usted, que los productos que se venden son de calidad garantizada.					
18. El personal sabe inspirar confianza y credibilidad a los clientes.					
Empatía	NUNCA	CASI NUNCA	A VECES	CASI SIEMPRE	SIEMPRE
19. El personal de la empresa es cortés, amable, respetuoso con los clientes.					
20. Los clientes que visitan el local comercial reciben una atención personalizada.					

Gracias por participar

Anexo 5: Confiabilidad del Instrumento.

Confiabilidad del Instrumento: Motivación laboral

Con el coeficiente de confiabilidad Alfa de Crombrach, se evaluaron los puntajes conseguidos con el cuestionario de encuesta aplicado a la muestra en la Empresa Inversiones Portaimport SAC., periodo 2022.

- a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Resumen de procesamiento de casos

		Nº	%
Casos	Válido	22	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	22	100,0

- a. La eliminación por lista se basa en la variable del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Crombrach	Nº de elementos
0,861	20

Estadísticos de los elementos				
		Media	Desviación típica	Nº
VALIDEZ DE CONTENIDO	DE	6,0000	0,61520	20
VALIDEZ DE CRITERIO METODOLÓGICO		6,5000	0,60215	20
VALIDEZ DE INTENCIÓN Y OBJETIVIDAD DE MEDICIÓN		6,0000	0,61520	20
PRESENTACIÓN Y FORMALIDAD DEL INSTRUMENTO		6,5000	0,60215	20

Para el caso del valor de confiabilidad instrumental: La Motivación laboral se halló teniendo en cuenta a los 22 colaboradores, y los 20 reactivos del instrumento.

El valor del alfa de Crombrach fue 0.861. Por lo que, siendo mayor a 0,80; el instrumento tiene muy buen índice de confiabilidad.

Confiabilidad del Instrumento: Calidad del servicio

Con el coeficiente de confiabilidad Alfa de Crombrach, se evaluaron los puntajes conseguidos con el cuestionario de encuesta aplicado a la muestra en la Empresa Inversiones Portaimport SAC., periodo 2022.

- a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Estadísticos de fiabilidad

Resumen de procesamiento de casos

		Nº	%
Casos	Válido	22	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	22	100,0

- a. La eliminación por lista se basa en la variable del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Crombrach	Nº de elementos
0,824	20

Estadísticos de los elementos				
		Media	Desviación típica	N°
VALIDEZ DE CONTENIDO	DE	6,0000	0,61650	20
VALIDEZ CRITERIO METODOLÓGICO	DE	6,5000	0,64505	20
VALIDEZ INTENCIÓN Y OBJETIVIDAD DE MEDICIÓN	DE	6,0000	0,61650	20
PRESENTACIÓN Y FORMALIDAD DEL INSTRUMENTO	Y DEL	6,5000	0,64505	20

Para el caso del valor de confiabilidad instrumental: Calidad de servicio, se halló teniendo en cuenta a los 22 colaboradores, y los 20 reactivos del instrumento.

El valor del alfa de Crombrach fue 0.824. Siendo mayor a 0,80; entonces el instrumento tiene muy buen índice de confiabilidad.

Anexo 6: Base de procesamiento de Datos

MOTIVACIÓN LABORAL Y CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA INVERSIONES PORTAIMPORT SAC. - 2022.																																									
INSTRUMENTO RECOJO DE INFORMACIÓN																																									
N° ENCUESTA	VARIABLE MOTIVACIÓN LABORAL																			VARIABLE CALIDAD DEL SERVICIO																					
	D1. FACTORES MOTIVACIONALES										D2. FACTORES DE HIGIENE									D3. ELEMENTOS TANGIBLES				D4. CONFIABILIDAD				D5. CAPACIDAD DE RESPUESTA				D6. SEGURIDAD			D7. EMPATÍA						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38	P39	P40	
1	3	4	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	4	3	3	2	5	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2
2	3	3	3	4	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	1	3	2	2	2	3	2	5	4	3	4	3	4	5	2	3	2	2	3	3	2	
3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	4	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	2	3	4	4	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	4	
4	2	3	3	3	3	2	1	3	1	2	2	1	1	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	4	4	2	2	3	3	5	3	2	3	3	3	3	2	
5	2	2	2	5	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	4	2	4	5	2	4	2	5	5	5	2	3	1	2	3	2	
6	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	3	5	5	4	3	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	
7	2	1	3	1	3	2	2	3	1	1	2	2	2	3	2	3	2	1	1	2	2	3	2	2	1	2	4	2	1	2	3	1	3	3	1	3	2	2	3	2	
8	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	4	5	2	2	1	2	3	2	2	1	2	1	1	1	
9	1	2	2	2	2	2	5	5	1	1	3	1	1	1	1	5	1	3	1	4	3	4	3	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	5	4	1	4	3	
10	2	2	3	5	3	2	3	3	3	3	3	2	1	5	2	5	1	3	3	4	4	3	3	2	5	4	4	4	3	4	3	5	5	4	3	3	4	1	3	4	
11	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	3	2	2	1	3	3	2	2	4	3	3	3	2	2	3	2	3	1	2	2	3	3	3	2	
12	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	5	4	2	5	3	4	4	3	2	3	3	3	4	3	
13	2	2	2	2	2	1	2	5	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	3	3	2	2	1	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	5	3	2	2	2
14	4	3	3	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	
15	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	
16	3	3	3	1	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	1	2	3	3	2	3	4	4	4	3	3	3	1	1	2	3	3	4	4	3	3	
17	2	2	3	5	3	2	3	3	3	3	3	2	1	5	2	5	1	3	3	4	4	3	3	2	5	4	4	4	3	4	3	5	5	4	3	3	4	1	3	4	
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	5	4	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	
19	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2
20	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	4	5	2	2	1	2	3	2	2	1	2	1	1	1	1
21	1	2	2	4	2	2	2	3	1	2	1	2	1	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	4	5	2	4	2	4	5	2	2	3	2	2	2	1	
22	2	2	3	5	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	1	2	3	1	1	4	5	3	4	3	5	4	2	3	2	3	2	3	3	

TOTALES								
V1. MOTIVACIÓN LABORAL			V2. CALIDAD DEL SERVICIO					
D1	D2	V1	D3	D4	D5	D6	D7	V2
3	3	3	3	3	3	2	3	3
3	2	3	2	3	4	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	3	3
2	2	2	2	4	3	3	3	3
3	2	2	2	3	3	2	2	3
4	4	4	4	4	5	4	5	4
2	2	2	2	2	2	2	2	2
1	1	1	1	1	2	1	1	1
2	2	2	3	2	2	4	2	3
3	4	3	3	2	4	3	4	3
2	3	3	3	3	2	3	1	3
3	4	4	4	5	4	3	4	3
2	2	2	2	1	2	3	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	2	2	4	3	3
4	4	4	4	4	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3	3
2	1	1	1	1	1	1	1	1
1	1	1	2	2	2	2	2	2
2	2	2	2	2	3	2	2	2
3	2	3	2	3	3	3	2	2

Anexo 7: Compromiso de autoría

UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
UPLA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

COMPROMISO DE AUTORÍA

En la fecha, yo Bach. **Graciele, Mayta Estrada** con DNI N° 76459512 con domicilio habitual en el Jr. Junín N° 429 del distrito de Huancayo, provincia de Huancayo, egresada de la Carrera Profesional de Administración y Sistemas de la Universidad Peruana Los Andes, me **COMPROMETO** a asumir las consecuencias administrativas y/o penales que hubiera lugar, si en la elaboración de la **TESIS** titulada **"MOTIVACIÓN LABORAL Y CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA INVERSIONES PORTAIMPORT S.A.C. - 2022"**, se haya considerado datos falsos, falsificación plagio, auto plagio, etc. Y declaro bajo juramento que la **TESIS** es de mi autoría y los datos presentados son reales y he respetado las normas internacionales de citas y referencias de las fuentes consultantes.

Huancayo, 07 de junio de 2023



Bach. Graciele, Mayta Estrada
DNI N° 76459512



UNIVERSIDAD PERUANA LOS ANDES
UPLA FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES

COMPROMISO DE AUTORÍA

En la fecha, yo Bach. Brigitte Leydi, Meza Surichaqui con DNI N° 72112752 con domicilio habitual en la Calle San Martín N° 140 del anexo de Palian de la provincia de Huancayo, egresada de la Carrera Profesional de Administración y Sistemas de la Universidad Peruana Los Andes, me **COMPROMETO** a asumir las consecuencias administrativas y/o penales que hubiera lugar, si en la elaboración de la **TESIS** titulada ***“MOTIVACIÓN LABORAL Y CALIDAD DEL SERVICIO EN LA EMPRESA INVERSIONES PORTAIMPORT S.A.C. - 2022”***, se haya considerado datos falsos, falsificación plagio, auto plagio, etc. Y declaro bajo juramento que la TESIS es de mi autoría y los datos presentados son reales y he respetado las normas internacionales de citas y referencias de las fuentes consultantes.

Huancayo, 07 de junio de 2023



Bach. Brigitte L. Meza Surichaqui
DNI N° 72112752

Anexo 8: Consentimiento informado


INVERSIONES
PORTAIMPORT S.A.
RUC: 20568472862

CONSENTIMIENTO INFORMADO

El Gerente (a) de Inversiones **PORTAIMPORT SAC** de la Provincia de Huancayo, que suscribe:

A U T O R I Z A:

Mediante el presente documento, a la Bach. **Mayta Estrada, Graciele** con DNI. N° 76459512 con domicilio habitual en el **Jr. Junín N° 429** del distrito de Huancayo, provincia de Huancayo, y la Bach. **Meza Surichaqui, Brigitte Leydi** con DNI. N° 72112752 con domicilio ubicado en la **Calle San Martín N° 140** del anexo de Palian de la provincia de Huancayo; que en su condición de bachilleres de la Escuela profesional de la Escuela Profesional de Administración y Sistemas, de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la Universidad Peruana Los Andes., desarrollaran su trabajo de investigación titulado *“Motivación laboral y Calidad de servicio en Inversiones PORTAIMPORT SAC de la Provincia de Huancayo - 2022”* por lo que, se dispone brindar las facilidades necesarias del caso, en los horarios establecidos de oficina previa coordinación con los responsables; a fin de que cumplan con sus propósitos investigativos.

Se expide el presente documento a solicitud de la interesada a fin de presentarlo y anexarlo en su documento de investigación (Tesis de grado).

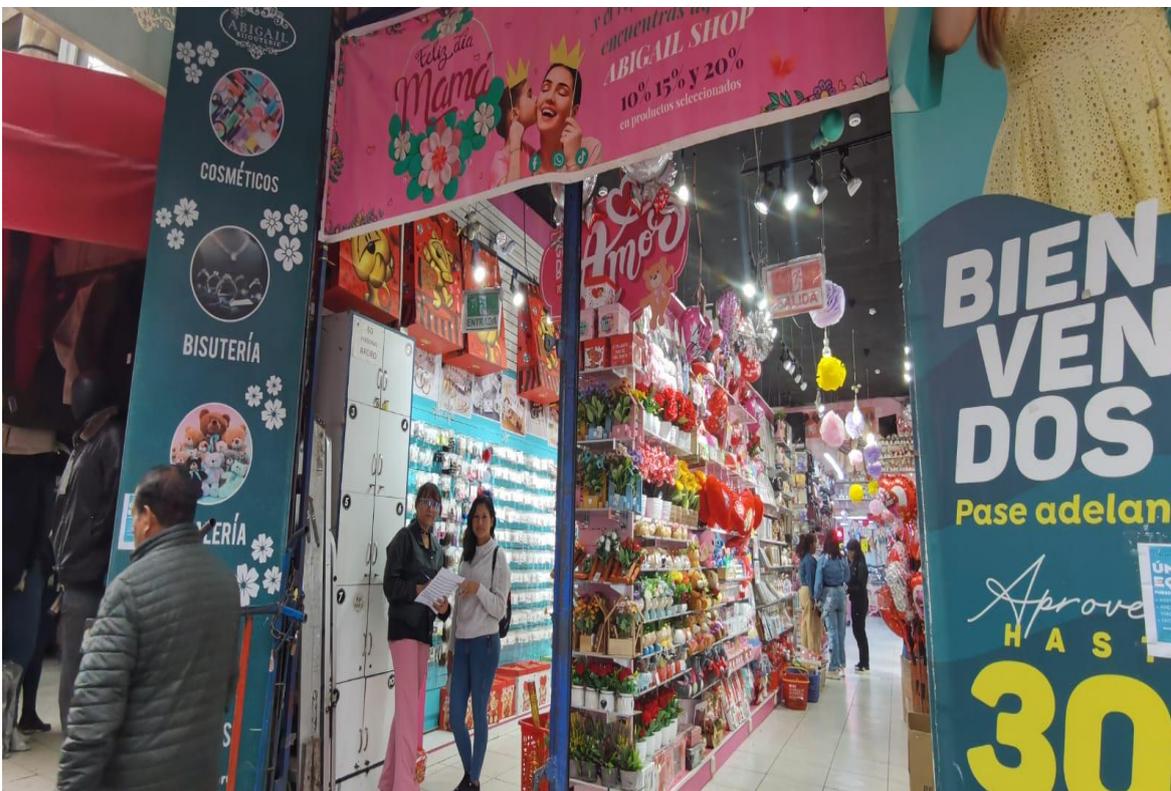
Huancayo, 13 de febrero de 2023


FRANKLIN PORTA LOZANO
GERENTE GENERAL

DIRECCION FISCAL CALLE LOS LIRIOS N° 256 URB. LA PRIMAVERA – EL AGUSTINO - LIMA SUCURSAL: JR. CAJAMARCA N° 267 - HUANCAYO

Anexo 9: Fotos de la aplicación del instrumento

Investigadoras en pleno trabajo de campo



Colaborador administrativo relleno el instrumento de investigación



Llenado de cuestionario por parte de un colaborador de PORTAIMPORT SAC.



Encuestadoras recogiendo información documentaria