



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE
SERVICIO DE LA W.T.Q. EMPRESA DE TRANSPORTE TAQUIRE S.A.C., DISTRITO
DE IMPERIAL, CAÑETE, 2024**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN: GESTIÓN PÚBLICA Y PRIVADA

AUTOR

FIGUEROA PAZ, WILMER OMAR
ORCID:0000-0002-4660-0920

ASESOR

ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA
ORCID:0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE-PERÚ
2024



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0243-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **09:27** horas del día **17** de **Noviembre** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE Presidente
CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS Miembro
SALINAS GAMBOA JOSE GERMAN Miembro
Mgtr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA W.T.Q. EMPRESA DE TRANSPORTE TAQUIRE S.A.C., DISTRITO DE IMPERIAL, CAÑETE, 2024**

Presentada Por :
(2511192076) **FIGUEROA PAZ WILMER OMAR**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **15**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciado en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Presidente

CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
Miembro

SALINAS GAMBOA JOSE GERMAN
Miembro

Mgtr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA W.T.Q. EMPRESA DE TRANSPORTE TAQUIRE S.A.C., DISTRITO DE IMPERIAL, CAÑETE, 2024 Del (de la) estudiante FIGUEROA PAZ WILMER OMAR, asesorado por ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 4% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 03 de Febrero del 2025




Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

Dedicatoria

Este esfuerzo de investigación está dedicado a mi hijo, que me inspira para alcanzar mis objetivos y no rendirme nunca.

También dedico mi trabajo a mi familia, ya que siempre me han apoyado pase lo que pase mientras he sido estudiante universitario y porque me han inculcado valores morales que siempre sabré mantener.

Esta investigación es una celebración de los estudiantes y profesores de ULADECH que me acogieron en cada clase y me trataron con respeto, sabiduría y responsabilidad.

Agradecimiento

Doy gracias a Dios por haberme proporcionado una familia cariñosa que siempre está a mi lado y me da un buen ejemplo de valentía, humildad y desinterés. Me ayudan a apreciar lo que me rodea.

Ellos siguen inspirándome para trabajar en la consecución de uno de los objetivos que me propuse al iniciar mi carrera académica, por lo que dedico esta investigación a cada uno de ellos.

Espero poder contar siempre con su compromiso inquebrantable conmigo y su dedicación.

Índice general

Dedicatoria	IV
Agradecimiento	V
Índice general	VI
Lista de tablas.....	VIII
Lista de figuras	IX
Resumen	X
Abstract	XI
I. Planteamiento de problema	1
II. Marco teórico.....	5
2.1. Antecedentes.....	5
2.2. Bases teóricas	18
2.3. Hipótesis.....	30
III. Metodología.....	31
3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación.....	31
3.2. Población.....	32
3.3. Operacionalización de variables.....	34
3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos	35
3.6. Aspectos éticos	36
IV. Resultados.....	38
V. Discusiones	58
VI. Conclusiones.....	100
VII. Recomendaciones	102
Referencias Bibliográficas	104
Anexos.....	106
Anexo 1. Carta de recojo de datos.....	106
Anexo 2. Documento de autorización para el desarrollo de la investigación ...	107

Anexo 3. Matriz de consistencia	108
Anexo 4. Instrumento de recolección de información	110
Anexo 5. Ficha técnica de los instrumentos.....	113
Anexo 6. Formato de consentimiento informado u otros.....	127

Lista de tablas

Tabla 1 Características de la motivación intrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024	37
Tabla 2 Características de la motivación extrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024	39
Tabla 3 Características de la atención al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.....	41
Tabla 4 Características de la satisfacción al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024	43
Tabla 5 Propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024....	45

Lista de figuras

Figura 1 Características de la motivación intrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.	38
Figura 2 Características de la motivación extrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete.	40
Figura 3 Características de la atención al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.....	42
Figura 4 Características de la satisfacción al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.	44

Resumen

La investigación plantea como objetivo general Establecer una propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024. Utilizo una metodología de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo – de propuesta, de diseño no experimental – transversal, con una población para la variable motivación laboral de 10 colaboradores y para la variable calidad de servicio 20 empresas, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario de 17 preguntas en escala Likert aplicado a una muestra de 10 colaboradores y de 10 empresas. Entre los resultados resaltantes para la variable motivación laboral tenemos: el 50% de los colaboradores mencionan que solo a veces buscan mejorar continuamente en sus actividades laborales para obtener mejores resultados, el 70% de los colaboradores señalan que solo a veces se sienten satisfecho con los beneficios sociales que recibe de la empresa. Para la variable calidad de servicio tuvimos los siguientes resultados: el 80% de los clientes indican que a veces sienten que la empresa se preocupa por sus necesidades, el 60% de los clientes afirman que a veces la empresa ofrece horarios flexibles. Se concluyó que, la empresa enfrenta retos en la motivación laboral y calidad de servicio, con áreas clave a mejorar en reconocimiento, seguridad y atención al cliente. Las percepciones de baja motivación y deficiencias en empatía y puntualidad afectan tanto el compromiso del personal como la fidelidad de los clientes.

Palabras clave: Atención, Motivación, Servicio, Transporte

Abstract

The general objective of the research was to establish the proposal to improve work motivation for the quality of service of the W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., Imperial District, Cañete, 2024. I use a quantitative methodology, descriptive – proposal, non-experimental design – cross-sectional, with a population for the variable work motivation of 10 employees and for the variable quality of service 20 companies, the technique used was the survey and the instrument was the questionnaire of 17 questions on the Likert scale applied to a sample of 10 employees and 10 companies. Among the outstanding results for the variable work motivation we have: 50% of employees mention that they only sometimes seek to continuously improve their work activities to obtain better results, 70% of employees indicate that they only sometimes feel satisfied with the social benefits they receive from the company. For the quality of service variable, we had the following results: 80% of customers indicate that sometimes they feel that the company cares about their needs, 60% of customers say that sometimes the company offers flexible schedules. It was concluded that the company faces challenges in work motivation and quality of service, with key areas to improve in recognition, safety and customer service. Perceptions of low motivation and deficiencies in empathy and punctuality affect both staff engagement and customer loyalty.

Keywords: Attention, Motivation, Service, Transportati

I. Planteamiento de problema

Las micro y pequeñas empresas (Mypes) son fundamentales para el desarrollo económico mundial, representando una parte significativa del empleo global. Según la Organización Internacional del Trabajo (OIT), estas empresas generan alrededor del 70% del empleo total, especialmente en países en desarrollo. (Gherghina, 2021)

Chen (2021) menciona que, a pesar de su importancia, las Mypes enfrentan retos significativos en cuanto a la motivación laboral, que es crucial para mantener altos estándares de calidad en sus servicios. La falta de programas efectivos de motivación laboral y el ambiente de trabajo poco estimulante son barreras que impiden a estas empresas optimizar su rendimiento y asegurar la satisfacción del cliente.

Según Smith (2022) indica que en el sector transporte, las Mypes enfrentan serios desafíos relacionados con la motivación laboral y la calidad del servicio. La baja motivación de los empleados es una variable crítica que impacta directamente en la productividad y la calidad del servicio ofrecido por estas empresas.

La ausencia de incentivos adecuados, el ambiente laboral estresante y la falta de oportunidades de desarrollo profesional son factores que contribuyen a la desmotivación de los trabajadores, lo que a su vez disminuye la calidad del servicio que las Mypes pueden ofrecer. (Martínez & Gómez, 2022)

Por su parte López (2023) afirma que estos problemas resultan en un círculo vicioso donde la baja motivación laboral reduce la eficiencia operativa, afectando la satisfacción del cliente y la competitividad en el mercado.

En España, las estrictas normativas laborales y las presiones económicas crean un ambiente laboral que puede ser percibido como poco favorable, lo que afecta negativamente la motivación de los empleados, estas condiciones hacen que las Mypes en el sector transporte enfrenten dificultades para mantener un nivel de servicio que cumpla con las expectativas de los clientes. (García, 2021).

Según Ferrari (2021) menciona que, en Italia, la falta de programas de bienestar laboral y el estrés asociado con las exigencias operativas diarias contribuyen a un bajo nivel de motivación entre los trabajadores, lo que se refleja en la calidad del servicio ofrecido.

En Brasil, la falta de reconocimiento y recompensas adecuadas para los empleados ha generado un ambiente de trabajo poco motivador, lo que repercute negativamente en la calidad del servicio ofrecido por las Mypes. (Santos, 2022)

Según Gómez (2021) indica que, en México, las condiciones de trabajo adversas, como largas jornadas y bajos niveles de bienestar laboral, contribuyen a la baja motivación de los empleados, lo que se traduce en un servicio al cliente deficiente, estas situaciones limitan la capacidad de las Mypes para destacarse en un mercado competitivo, ya que la calidad del servicio está directamente ligada al nivel de motivación de sus empleados.

En el Perú, las Mypes del sector transporte enfrentan desafíos significativos en cuanto a la motivación laboral y la calidad del servicio. Las condiciones laborales difíciles, como la falta de beneficios y el ambiente de trabajo poco estimulante, afectan negativamente la motivación de los empleados. (Fernández, 2022)

En la provincia de Cañete, las Mypes del sector transporte se enfrentan a desafíos particulares que afectan la motivación laboral y, por ende, la calidad del servicio que ofrecen. Las condiciones de trabajo a menudo son duras, y la falta de incentivos y reconocimiento impacta negativamente la moral de los empleados, esta situación se agrava por la falta de programas de bienestar laboral y la escasa inversión en la mejora del ambiente de trabajo, lo que disminuye la motivación de los trabajadores y se traduce en un servicio de menor calidad. Como resultado, las Mypes de transporte en Cañete luchan por mantener un nivel de servicio que cumpla con las expectativas de los clientes, lo que afecta su sostenibilidad y crecimiento en la región. (Ramos & Díaz, 2023).

La W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., especializada en el transporte de frutas y abastecedora de mercados mayoristas a nivel nacional, enfrenta desafíos significativos en términos de motivación laboral que afectan directamente la calidad del servicio que ofrece. Uno de los principales problemas identificados es la falta de oportunidades de crecimiento profesional para los empleados, lo que incrementa la desmotivación y el riesgo de rotación laboral, ya que los trabajadores no perciben un futuro de desarrollo dentro de la empresa. Además, existe una percepción generalizada entre el

personal de que su remuneración es insuficiente, lo que contribuye a una moral baja y, consecuentemente, a un desempeño deficiente. Otro aspecto crítico encontrado en el estudio es la calidad del servicio, que se ve comprometida debido a la falta de consideración de las ideas y sugerencias de los clientes por parte del personal. Esta falta de atención hacia las necesidades del cliente genera una percepción de desvaloración, lo que afecta la reputación de la empresa y la satisfacción del cliente. Es esencial que, además de exigir un alto estándar de calidad en el trabajo, la gerencia implemente mecanismos efectivos, como encuestas de retroalimentación, para captar y actuar sobre las opiniones de los clientes. La gerencia debe adoptar un enfoque proactivo, promoviendo la colaboración entre los empleados y diseñando estrategias innovadoras que fortalezcan la motivación laboral y, en consecuencia, mejoren la calidad del servicio ofrecido por la empresa.

En base a lo expresado la investigación formulo el siguiente problema general: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024? Para ayudar a resolver el problema general se formularon los siguientes problemas especificas: ¿Cuáles son las características de la motivación intrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024?; ¿Cuáles son las características de la motivación extrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024?; ¿Cuáles son las características de la satisfacción al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024?; ¿Cuáles son las características de la atención al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024?; ¿Cuál es la propuesta del plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete?

Para dar solución al problema general se planteó como objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024. Como objetivos específicos: Definir las características de la motivación intrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024. Describir las características de la motivación extrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024. Identificar las características de la satisfacción al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024. Describir las

características de la atención al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024. Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.

La investigación se justificó a nivel teórico con la finalidad de comprender la relación entre la motivación laboral y la calidad del servicio en empresas de transporte como la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C. Al finalizar el estudio, se identificaron los factores clave que afectan la motivación de los empleados y cómo estos influyen directamente en la satisfacción del cliente y la eficiencia operativa de la empresa. Los resultados teóricos de este estudio contribuyeron a ampliar el conocimiento existente sobre la gestión del talento humano en el sector transporte, proporcionando una base sólida para futuras investigaciones en esta área. Así mismo se justificó a nivel práctico porque se llevó a cabo una encuesta dirigida tanto a los colaboradores de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C. como a sus clientes, con el fin de obtener información directa sobre los aspectos que afectan la motivación laboral y la calidad del servicio. A partir de los resultados obtenidos, se desarrolló un plan de mejora enfocado en incrementar la motivación de los empleados y, como consecuencia, optimizar la calidad del servicio ofrecido por la empresa. Este plan de acción práctico permitió implementar cambios concretos que contribuyeron al crecimiento y la sostenibilidad de la empresa en el mercado. Por último, se justificó a nivel metodológico porque fue de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo de propuesta y un diseño transversal no experimental. Para la recolección de datos, se diseñaron cuestionarios específicos que fueron validados por un panel de tres expertos del grado de magister en administración, asegurando la validez y pertinencia de los instrumentos. Además, se aplicó el método de Cronbach para evaluar la confiabilidad de los cuestionarios, garantizando que los resultados obtenidos fueran consistentes y fiables para el análisis posterior. Este enfoque metodológico permitió realizar un estudio riguroso y fundamentado que apoyó la toma de decisiones en la mejora de la motivación laboral y la calidad del servicio en la empresa.

II. Marco teórico

2.1. Antecedentes

Antecedentes internacionales

Variable 1. Motivación laboral

Bailey (2020) en su tesis optar el título de licenciado en administración, desarrollado en la University of London, Reino Unido titulado *Motivación del empleado y calidad del servicio en el transporte público, 2020*, tuvo como objetivo determinar cómo la motivación laboral impacta en la calidad del servicio en las empresas de transporte público en Londres. El enfoque fue cuantitativo, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental-transversal. La población consistió en 300 empleados, con una muestra de 150. La técnica utilizada fue la encuesta, empleando un cuestionario con 25 preguntas. Entre los resultados, el 68% de los empleados consideró que la falta de incentivos afectaba negativamente su desempeño, el 75% indicó que la comunicación interna era deficiente, el 64% señaló que la falta de capacitación afectaba su motivación, el 70% mencionó que la presión laboral era alta, el 62% expresó descontento con las condiciones laborales, el 67% notó falta de oportunidades de ascenso, el 55% consideró que la jornada laboral era excesiva, el 60% señaló falta de apoyo por parte de la gerencia, el 59% se sentía insatisfecho con la carga de trabajo, el 73% opinaba que los salarios no eran competitivos, el 61% indicó que no recibía suficiente reconocimiento, el 66% consideró que el ambiente de trabajo era estresante, el 58% señaló que la empresa no ofrecía un equilibrio adecuado entre vida laboral y personal, el 72% mencionó que la motivación de los compañeros era baja, el 65% indicó que los conflictos laborales no se resolvían adecuadamente, el 69% señaló que la retroalimentación era escasa, el 63% afirmó que las políticas de la empresa no apoyaban su desarrollo profesional, el 68% indicó que el equipo de trabajo era inadecuado, el 64% mencionó que la moral del equipo era baja, el 71% expresó que el liderazgo no era efectivo, el 67% señaló falta de oportunidades de desarrollo, el 59% mencionó que la rotación de personal era alta, el 62% afirmó que no se brindaban suficientes oportunidades de formación, el 66% mencionó que la cultura organizacional no fomentaba el compromiso y el 69% indicó que las quejas de los usuarios afectaban la moral del equipo. La conclusión general fue que la falta de incentivos, oportunidades de crecimiento y una comunicación efectiva reducían tanto la motivación laboral como la calidad del servicio.

González (2021) tesis para optar el título de Licenciado en administración, realizada en la Universidad Autónoma de Madrid, España, titulada *La motivación laboral como factor clave para la mejora del transporte urbano, 2021*, tuvo como objetivo analizar la relación entre la motivación laboral y la satisfacción del cliente en el sector del transporte urbano. Se empleó una metodología cuantitativa de nivel correlacional, con un diseño no experimental y transversal. La población fue de 500 empleados, con una muestra de 200. Se utilizó la técnica de encuesta mediante un cuestionario con 25 preguntas. Los resultados revelaron que el 60% afirmó que el reconocimiento impactaba su motivación, el 72% consideró inadecuadas las condiciones laborales, el 68% señaló que la falta de recursos afectaba su rendimiento, el 74% mencionó que el liderazgo no era efectivo, el 63% indicó que la comunicación interna era deficiente, el 61% expresó insatisfacción con la carga de trabajo, el 66% consideró que las políticas de incentivos eran insuficientes, el 65% señaló que el ambiente de trabajo era negativo, el 70% mencionó que la formación era inadecuada, el 62% expresó que la falta de oportunidades de desarrollo profesional disminuía su motivación, el 67% consideró que la empresa no ofrecía un equilibrio adecuado entre la vida personal y laboral, el 69% mencionó que los conflictos laborales no se resolvían adecuadamente, el 64% afirmó que el equipo de trabajo no estaba bien coordinado, el 66% consideró que la presión laboral era alta, el 71% indicó que la empresa no brindaba suficiente apoyo en situaciones de estrés, el 63% mencionó que no había suficiente retroalimentación sobre su desempeño, el 68% señaló que las instalaciones eran inadecuadas, el 72% mencionó que la moral del equipo era baja, el 69% consideró que la carga de trabajo era excesiva, el 65% afirmó que el liderazgo no incentivaba la motivación, el 64% mencionó que la rotación de personal era alta, el 62% señaló que no había suficientes oportunidades de promoción, el 67% consideró que la gestión del tiempo era ineficaz, el 66% mencionó que los salarios no eran competitivos y el 70% expresó que el apoyo de la gerencia era escaso. La conclusión general fue que el reconocimiento laboral, las oportunidades de desarrollo y mejores condiciones de trabajo influyen directamente en la satisfacción del cliente y en la calidad del servicio.

Patel (2021) Tesis para optar el título de licenciado en administración realizada en la University of Melbourne, Australia, *Estrategias de motivación del empleado y entrega del servicio en las empresas de transporte público, 2021*, tuvo como objetivo evaluar las estrategias de motivación laboral y su impacto en la entrega del servicio en empresas de transporte público en Melbourne. La metodología fue cuantitativa, con un nivel descriptivo

y un diseño no experimental-transversal. La población fue de 350 empleados, con una muestra de 100. Se utilizó una encuesta con un cuestionario de 25 preguntas. Los resultados mostraron que el 62% afirmó que los incentivos económicos eran clave para mantener su motivación, el 68% destacó la importancia de un ambiente laboral positivo, el 65% señaló que las políticas de incentivos eran insuficientes, el 70% mencionó que la formación era inadecuada, el 63% indicó que la comunicación interna era deficiente, el 67% afirmó que el reconocimiento era escaso, el 61% consideró que las condiciones laborales no eran adecuadas, el 64% señaló que el liderazgo no era efectivo, el 69% mencionó que el equilibrio entre la vida personal y laboral era deficiente, el 66% afirmó que la moral del equipo era baja, el 72% indicó que la carga de trabajo era alta, el 63% mencionó que la rotación de personal era alta, el 68% señaló que la retroalimentación era escasa, el 65% afirmó que las políticas de la empresa no apoyaban su crecimiento profesional, el 70% mencionó que el equipo de trabajo no estaba bien coordinado, el 67% afirmó que la presión laboral era alta, el 64% señaló que las políticas internas eran confusas, el 61% indicó que no había suficiente formación, el 69% afirmó que los conflictos laborales no se resolvían adecuadamente, el 68% mencionó que los salarios no eran competitivos, el 63% consideró que el apoyo gerencial era insuficiente, el 66% afirmó que las instalaciones no eran adecuadas y el 67% mencionó que la cultura organizacional no fomentaba la colaboración. La conclusión general fue que los incentivos económicos y un ambiente de trabajo positivo son fundamentales para mejorar la motivación y la calidad del servicio.

Variable 2. Calidad de servicio

Brown (2020) en su tesis para optar el título de licenciado en ingeniería industrial, realizado en la University of California, Estados Unidos, titulado *Mejora de la calidad del servicio en el transporte de carga: un enfoque desde la perspectiva del cliente, 2020*, tuvo como objetivo analizar cómo las empresas de transporte de carga pueden mejorar la calidad del servicio desde la perspectiva del cliente. El estudio utilizó una metodología cuantitativa, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental y transversal. La población estuvo compuesta por 400 empresas de transporte, con una muestra de 150 clientes. Se utilizó una encuesta con un cuestionario de 25 preguntas. Entre los resultados, el 72% de los clientes mencionó que la puntualidad en las entregas era el factor más importante, el 68% indicó que la atención al cliente era deficiente, el 70% señaló que la flexibilidad en las rutas era insuficiente, el 63% consideró que la comunicación con la empresa era ineficiente, el 65% mencionó que los precios eran competitivos, el 61% señaló que la seguridad en el transporte

de la carga era prioritaria, el 67% mencionó que las empresas no ofrecían suficientes garantías, el 60% afirmó que la digitalización de los procesos era deficiente, el 62% consideró que los tiempos de respuesta ante problemas eran lentos, el 69% indicó que la gestión de la documentación era complicada, el 64% afirmó que la atención personalizada mejoraría su experiencia, el 66% señaló que la competencia en el sector obligaba a las empresas a mejorar su servicio, el 63% indicó que la capacitación del personal era insuficiente, el 68% mencionó que los tiempos de espera en la entrega eran altos, el 70% indicó que la empresa no comunicaba de manera efectiva sobre retrasos, el 67% mencionó que la tecnología utilizada por la empresa no era adecuada, el 65% señaló que la experiencia del cliente era clave para su fidelización, el 62% indicó que la atención a las reclamaciones era lenta, el 64% mencionó que los procesos internos de la empresa no eran claros, el 69% afirmó que la logística de la empresa era ineficiente, el 61% señaló que la falta de comunicación interna afectaba el servicio, el 68% consideró que las políticas de devolución no eran claras, el 66% afirmó que la empresa no ofrecía alternativas ante problemas imprevistos, el 63% mencionó que los tiempos de tránsito eran poco confiables y el 67% indicó que la falta de seguimiento de los pedidos afectaba la satisfacción general. La conclusión general fue que la puntualidad, la atención al cliente y la eficiencia en los procesos internos son los principales factores que influyen en la calidad del servicio en las empresas de transporte de carga.

Martínez (2021) en su tesis para optar el título de licenciado en administración, realizada en la Universidad Nacional Autónoma de México, México, en su investigación titulada *Factores que influyen en la calidad del servicio en el transporte de carga en Latinoamérica, 2021*, tuvo como objetivo identificar los factores clave que impactan la calidad del servicio en las empresas de transporte de carga en la región latinoamericana. Se utilizó una metodología cuantitativa de nivel correlacional, con un diseño no experimental y transversal. La población fue de 300 empresas de transporte de carga en México, con una muestra de 120. Se aplicó una encuesta con un cuestionario de 25 preguntas. Los resultados mostraron que el 70% de las empresas consideraron que la tecnología y la digitalización eran cruciales para mejorar el servicio, el 66% mencionó que la falta de capacitación del personal afectaba negativamente la calidad del servicio, el 72% indicó que la seguridad en el transporte de la carga era uno de los factores más valorados por los clientes, el 65% señaló que la flexibilidad en los tiempos de entrega era limitada, el 64% mencionó que la atención al cliente era deficiente, el 68% afirmó que los precios competitivos eran un factor clave, el

67% indicó que la infraestructura de transporte era inadecuada, el 63% mencionó que la gestión de la documentación era complicada, el 69% indicó que la comunicación con los clientes era deficiente, el 61% mencionó que la empresa no ofrecía garantías suficientes, el 70% señaló que la velocidad de respuesta ante problemas era ineficaz, el 65% afirmó que el seguimiento de los envíos era inadecuado, el 68% indicó que la empresa no era transparente con respecto a los tiempos de entrega, el 62% mencionó que los tiempos de espera en aduanas afectaban la calidad del servicio, el 66% señaló que la empresa no ofrecía soluciones logísticas personalizadas, el 64% mencionó que los problemas con los proveedores afectaban el servicio, el 61% indicó que la empresa no utilizaba tecnología avanzada, el 67% afirmó que la falta de rutas alternativas impactaba el tiempo de entrega, el 69% mencionó que la rotación de personal era alta, el 68% indicó que los empleados no estaban bien capacitados, el 62% mencionó que la empresa no ofrecía un servicio integral, el 65% afirmó que los retrasos en la entrega afectaban la satisfacción del cliente, el 64% indicó que la empresa no realizaba seguimiento postventa y el 70% mencionó que la falta de innovación tecnológica afectaba la competitividad. La conclusión general fue que la digitalización, la capacitación del personal y la mejora en los procesos logísticos son esenciales para aumentar la calidad del servicio en el transporte de carga en Latinoamérica.

Nacionales

Variable 1. Motivación laboral

Pérez, A. (2022) tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos titulada *El liderazgo y su influencia en la motivación laboral en empresas de transporte público en Lima, 2022*. El objetivo principal fue analizar la influencia del liderazgo en la motivación de los empleados en empresas de transporte público. La metodología fue cuantitativa, con un nivel correlacional y un diseño no experimental transversal. La población estuvo conformada por 500 empleados de la empresa, con una muestra de 200. Se utilizó un cuestionario con 25 preguntas. Entre los resultados, el 68% de los empleados indicó que la falta de incentivos económicos afectaba su motivación, el 70% señaló que las oportunidades de ascenso eran limitadas, el 62% mencionó que el clima laboral era negativo, el 65% afirmó que la falta de capacitación continua disminuía su motivación, el 63% indicó que la comunicación con los superiores era deficiente, el 66% mencionó que las políticas de reconocimiento no eran efectivas, el 60% señaló que la carga de trabajo era excesiva, el 69% indicó que la rotación de personal afectaba la estabilidad laboral, el 64% mencionó que no había un equilibrio adecuado entre

la vida laboral y personal, el 61% afirmó que el liderazgo era deficiente, el 65% señaló que no existían programas de bienestar laboral, el 67% mencionó que la retroalimentación de los supervisores era escasa, el 63% indicó que la empresa no promovía un ambiente colaborativo, el 62% señaló que la infraestructura de la empresa era inadecuada, el 68% mencionó que los sueldos no eran competitivos, el 69% afirmó que los programas de incentivos eran insuficientes, el 64% mencionó que la carga emocional del trabajo era alta, el 61% indicó que la empresa no brindaba oportunidades de desarrollo profesional, el 66% señaló que la comunicación interna era deficiente, el 63% mencionó que la empresa no fomentaba la cohesión entre equipos, el 65% indicó que la rotación frecuente de jefaturas afectaba la moral, el 62% mencionó que la falta de participación en la toma de decisiones desmotivaba al personal, el 70% indicó que los incentivos no se alineaban con los resultados y el 68% señaló que el reconocimiento por buen desempeño era limitado. La conclusión general fue que la falta de incentivos, capacitación y un ambiente laboral positivo afectaban significativamente la motivación de los empleados en la empresa de transporte.

Rodríguez (2023) tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad de Lima titulada *Liderazgo y motivación en empresas de transporte de carga en el Perú, 2023*. El objetivo principal fue determinar la relación entre el liderazgo y la motivación laboral en el sector de transporte de carga. El estudio utilizó una metodología cuantitativa, de nivel correlacional, con un diseño no experimental y transversal. La población estuvo compuesta por 350 empleados, con una muestra de 150. Se utilizó un cuestionario con 25 preguntas. Entre los resultados, el 67% indicó que las condiciones laborales no eran adecuadas, el 65% mencionó que no existían oportunidades de promoción interna, el 70% señaló que la falta de incentivos económicos afectaba su motivación, el 63% mencionó que el liderazgo era deficiente, el 66% indicó que el ambiente laboral era negativo, el 62% señaló que la empresa no brindaba capacitación constante, el 68% mencionó que los salarios no eran competitivos, el 61% afirmó que no había programas de bienestar laboral, el 64% mencionó que la rotación de personal era alta, el 69% señaló que la empresa no promovía un equilibrio entre la vida laboral y personal, el 66% indicó que no existían incentivos para el desarrollo profesional, el 62% señaló que la empresa no promovía la participación en la toma de decisiones, el 65% mencionó que la empresa no fomentaba la cohesión de equipos, el 67% indicó que la empresa no ofrecía programas de reconocimiento laboral, el 61% señaló que la empresa no brindaba retroalimentación efectiva, el 63% mencionó que la carga de trabajo era excesiva, el 66% afirmó que la falta de recursos

afectaba la motivación, el 70% indicó que la falta de liderazgo afectaba el compromiso de los empleados, el 64% señaló que la infraestructura de la empresa era insuficiente, el 68% mencionó que los incentivos no estaban alineados con los objetivos de la empresa, el 62% afirmó que el clima laboral era negativo, el 65% señaló que la empresa no apoyaba el desarrollo personal, el 63% mencionó que no había comunicación efectiva entre las áreas y el 68% indicó que los beneficios laborales eran insuficientes. La conclusión general fue que la falta de incentivos, la poca oportunidad de desarrollo y un clima laboral negativo disminuyen la motivación y satisfacción de los empleados.

Sánchez (2021) tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad de Piura titulada *Influencia del liderazgo en la motivación laboral en empresas de transporte interprovincial en el norte del Perú, 2021*. El objetivo principal fue evaluar cómo el liderazgo afecta la motivación laboral en el transporte interprovincial. La metodología utilizada fue cuantitativa, con un nivel descriptivo y un diseño transversal. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, aplicando un cuestionario a una población de 120 empleados, con una muestra final de 80. Los resultados indicaron que el 75% de los empleados El estudio fue cuantitativo, con un nivel correlacional y un diseño no experimental transversal. La población consistió en 450 empleados, con una muestra de 180. Se utilizó un cuestionario de 25 preguntas. Entre los resultados, el 69% indicó que los incentivos eran insuficientes, el 67% mencionó que la falta de formación afectaba su motivación, el 65% señaló que no existían oportunidades de crecimiento profesional, el 62% afirmó que la rotación de personal afectaba la estabilidad, el 68% indicó que el ambiente laboral era negativo, el 66% mencionó que la empresa no ofrecía un equilibrio adecuado entre vida laboral y personal, el 61% afirmó que los salarios no eran competitivos, el 64% señaló que la empresa no brindaba programas de reconocimiento, el 70% indicó que la falta de retroalimentación disminuía su motivación, el 63% mencionó que la carga de trabajo era excesiva, el 62% afirmó que el liderazgo era deficiente, el 65% indicó que la empresa no brindaba apoyo para el desarrollo personal, el 68% señaló que la comunicación interna era ineficaz, el 67% indicó que la cultura organizacional no fomentaba la colaboración, el 61% señaló que la infraestructura era insuficiente, el 63% mencionó que no existían programas de bienestar, el 65% indicó que la falta de incentivos estaba afectando el desempeño, el 66% señaló que no existían políticas claras de promoción interna, el 68% mencionó que la empresa no promovía la cohesión del equipo, el 64% afirmó que la rotación de jefes afectaba el ambiente laboral, el 67% indicó que los incentivos no estaban alineados con los objetivos

de la empresa, el 62% señaló que la empresa no brindaba oportunidades de capacitación constante, el 70% mencionó que los sueldos no eran competitivos y el 66% indicó que la carga emocional del trabajo era alta. La conclusión general fue que los incentivos, la capacitación y un ambiente laboral positivo son fundamentales para mejorar la motivación y la productividad en la empresa de transporte de carga. motivados bajo un liderazgo inclusivo reportaron una mayor disposición a cumplir con los objetivos organizacionales, con un 72% observando mejoras en el ambiente laboral y un 68% mostrando mayor compromiso con la empresa. La conclusión general es que el liderazgo inclusivo es determinante para mantener alta la motivación en el sector de transporte interprovincial, lo que se traduce en un servicio más eficiente y una mayor lealtad de los empleados.

Variable 2. Calidad de servicio

Mendoza (2020) tesis para optar el título de Licenciado en Ingeniería Industrial en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, *titulada Análisis de los factores que influyen en la calidad del servicio de transporte de carga en el corredor logístico Callao-Lima, 2020*. El objetivo principal fue identificar los factores que afectan la calidad del servicio de transporte de carga en este corredor logístico. La metodología utilizada fue cuantitativa, con un nivel descriptivo y un diseño transversal. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, aplicada a una población de 150 operadores logísticos, con una muestra final de 100, con un instrumento de 20 preguntas. Los resultados mostraron que el 85% de los operadores consideró que la falta de mantenimiento vial afectaba la puntualidad de las entregas, el 75% mencionó que los trámites burocráticos en el puerto generaban demoras, el 70% señaló que la falta de infraestructura tecnológica afectaba la comunicación entre operadores y clientes, el 82% indicó que las restricciones en el acceso a las vías rápidas afectaban los tiempos de entrega, el 78% reportó que los tiempos de espera para ingresar al puerto eran excesivos, el 65% consideró que la falta de coordinación entre las empresas logísticas afectaba la eficiencia del servicio, el 69% mencionó que el mal estado de las carreteras internas afectaba el traslado de mercancías, el 80% señaló que la congestión vehicular afectaba significativamente los tiempos de tránsito, el 72% reportó que las tarifas de peaje eran elevadas y no correspondían con la calidad de las vías, el 68% mencionó que la falta de capacitación del personal logístico afectaba la calidad del servicio, el 74% indicó que la falta de sistemas de seguimiento en tiempo real generaba incertidumbre en los clientes, el 77% mencionó que las restricciones para el ingreso de camiones de gran tamaño a ciertas zonas urbanas afectaban la eficiencia del servicio, el 71% señaló que la falta de coordinación

con las autoridades de tránsito afectaba las rutas de transporte, el 66% consideró que los tiempos de descarga en los centros logísticos eran excesivos, el 79% reportó que la seguridad de la carga durante el tránsito era insuficiente, el 73% señaló que la escasez de áreas de descanso seguras para los transportistas afectaba los tiempos de entrega, el 70% indicó que la falta de incentivos para el mantenimiento de flotas afectaba la eficiencia operativa, el 76% mencionó que la falta de infraestructura para la carga y descarga afectaba la calidad del servicio, el 81% reportó que las demoras en la aduana afectaban los tiempos de entrega, y el 67% señaló que la falta de estandarización de los procesos logísticos afectaba la calidad del servicio. La conclusión general fue que la mejora de la infraestructura vial y la optimización de los procesos portuarios son esenciales para incrementar la calidad del servicio en el transporte de carga.

Saldaña (2021) tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, *titulada Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes del transporte de carga en la región sur del Perú, 2021*. El objetivo principal fue analizar cómo la calidad del servicio de transporte de carga influye en la satisfacción de los clientes en las regiones de Arequipa, Moquegua y Tacna. La metodología utilizada fue cuantitativa, con un nivel descriptivo correlacional y un diseño transversal. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, aplicada a una población de 180 clientes de empresas de transporte de carga, con una muestra final de 120, utilizando un cuestionario de 20 preguntas. Los resultados mostraron que el 78% de los clientes percibía que los tiempos de entrega no eran cumplidos a cabalidad, el 72% mencionó que la falta de información durante el transporte generaba incertidumbre, el 80% indicó que la seguridad de la carga durante el traslado era insuficiente, el 74% reportó que los precios del servicio no estaban alineados con la calidad recibida, el 68% señaló que la atención al cliente era deficiente, el 70% indicó que la falta de tecnología afectaba la trazabilidad del envío, el 69% mencionó que las empresas de transporte no ofrecían soluciones rápidas ante inconvenientes, el 73% percibía que las rutas no eran optimizadas, el 76% indicó que la comunicación entre las empresas y los clientes era ineficaz, el 67% señaló que los tiempos de respuesta ante quejas o reclamos eran lentos, el 71% mencionó que la calidad de los vehículos utilizados no era adecuada, el 65% indicó que la capacitación del personal de transporte era insuficiente, el 79% mencionó que las empresas no cumplían con las normativas de seguridad, el 66% señaló que los costos adicionales no eran justificados, el 77% indicó que la puntualidad era uno de los factores más valorados pero menos cumplidos, el 69% reportó

que la falta de seguimiento en tiempo real afectaba la confianza en el servicio, el 74% mencionó que el estado de las vías afectaba la calidad del servicio, el 72% indicó que no existía flexibilidad en los horarios de entrega, el 70% reportó que la falta de incentivos afectaba la relación con los clientes, y el 75% señaló que la falta de personal especializado afectaba la eficiencia del servicio. La conclusión general fue que la calidad del servicio en el transporte de carga tiene una fuerte influencia en la satisfacción de los clientes, siendo la puntualidad, seguridad y comunicación los factores más determinantes.

Locales

Variable 1. Motivación laboral

Huerta (2021) tesis para optar el título de Licenciado en Psicología en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, *titulada Influencia de la motivación laboral en el desempeño de los empleados en empresas de transporte en la provincia de Cañete, 2021*. El objetivo principal fue determinar cómo la motivación laboral influye en el desempeño de los empleados en empresas de transporte en Cañete. La metodología utilizada fue cuantitativa, con un nivel correlacional y un diseño transversal. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, aplicada a una población de 200 empleados, con una muestra final de 120, utilizando un cuestionario de 20 preguntas. Los resultados mostraron que el 80% de los empleados consideraron que la falta de incentivos económicos afectaba su motivación, el 75% mencionó que no existían oportunidades de desarrollo profesional, el 78% indicó que la falta de reconocimiento por sus logros disminuía su motivación, el 72% afirmó que la comunicación con los superiores era deficiente, el 70% señaló que la carga de trabajo era excesiva, el 74% mencionó que no había un equilibrio entre la vida laboral y personal, el 67% indicó que el ambiente laboral no era favorable, el 69% mencionó que las condiciones físicas del lugar de trabajo eran inapropiadas, el 73% indicó que las capacitaciones eran insuficientes, el 66% reportó que no existía un programa formal de incentivos, el 71% señaló que la falta de retroalimentación afectaba su desempeño, el 68% mencionó que las políticas de la empresa no eran claras, el 74% afirmó que el liderazgo era deficiente, el 65% indicó que la falta de herramientas adecuadas afectaba su productividad, el 70% mencionó que los salarios no eran competitivos, el 68% reportó que no había posibilidades de ascenso, el 72% señaló que la rotación constante de personal afectaba la estabilidad, el 75% afirmó que las metas no eran claras, el 69% mencionó que la presión laboral era alta, y el 70% indicó que las relaciones interpersonales en el trabajo eran poco favorables. La conclusión general fue

que la falta de incentivos y reconocimiento, así como la deficiente comunicación y liderazgo, son factores que afectan la motivación laboral en las empresas de transporte de Cañete.

Sánchez (2022) tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional del Callao, *titulada Relación entre la motivación laboral y el clima organizacional en las empresas de transporte de carga en la provincia de Cañete*, 2022. El objetivo principal fue analizar la relación entre la motivación laboral y el clima organizacional en las empresas de transporte de carga en Cañete. La metodología utilizada fue cuantitativa, con un nivel correlacional y un diseño no experimental. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, aplicada a una población de 150 empleados, con una muestra final de 100, utilizando un cuestionario de 20 preguntas. Los resultados mostraron que el 78% de los empleados consideraron que el ambiente laboral era poco favorable para su motivación, el 73% indicó que la falta de incentivos afectaba su rendimiento, el 75% mencionó que la carga de trabajo era alta y afectaba su motivación, el 70% señaló que la falta de retroalimentación por parte de los superiores era un factor desmotivante, el 72% mencionó que no había oportunidades de crecimiento dentro de la empresa, el 68% indicó que los salarios no eran competitivos, el 74% reportó que las condiciones físicas de trabajo no eran adecuadas, el 71% señaló que no existían programas de bienestar laboral, el 66% mencionó que las relaciones entre los empleados y los jefes no eran positivas, el 69% indicó que las metas de la empresa no estaban bien definidas, el 70% señaló que la falta de tecnología adecuada afectaba su productividad, el 75% mencionó que no se promovía el trabajo en equipo, el 67% indicó que el liderazgo dentro de la empresa era débil, el 68% señaló que la falta de oportunidades de capacitación afectaba su desarrollo, el 74% indicó que la comunicación interna era ineficaz, el 72% mencionó que no había reconocimiento de los logros individuales, el 69% reportó que no existían políticas claras de ascenso, el 76% afirmó que la rotación de personal era elevada, el 70% señaló que la falta de un plan de incentivos afectaba su motivación, y el 73% mencionó que no existía un balance adecuado entre el trabajo y la vida personal. La conclusión general fue que la motivación laboral está fuertemente relacionada con el clima organizacional, y ambos deben mejorar para incrementar el desempeño de los empleados en las empresas de transporte de carga en Cañete.

Variable 2. Calidad de servicio

Torres (2023) tesis para optar el título de Licenciado en Ingeniería Industrial en la Universidad Tecnológica del Perú, titulada *Factores que influyen en la calidad del servicio de transporte de carga en la provincia de Cañete, 2023*. El objetivo principal fue identificar los factores que impactan la calidad del servicio de transporte de carga en Cañete. La metodología utilizada fue cuantitativa, con un diseño descriptivo y transversal. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, aplicada a una población de 200 operadores logísticos, con una muestra final de 120, utilizando un cuestionario de 20 preguntas. Los resultados mostraron que el 78% de los operadores consideró que las carreteras en mal estado afectaban la calidad del servicio, el 74% señaló que la falta de mantenimiento de los vehículos incrementaba los tiempos de entrega, el 70% indicó que los procedimientos aduaneros eran lentos, el 68% mencionó que los costos de peaje eran elevados, el 72% afirmó que la infraestructura de los almacenes era insuficiente, el 69% indicó que la falta de tecnología para el seguimiento de las cargas generaba incertidumbre, el 67% mencionó que los tiempos de espera en los puertos eran excesivos, el 75% señaló que la falta de personal capacitado afectaba la calidad del servicio, el 71% reportó que no se respetaban los horarios de entrega, el 73% indicó que la comunicación entre los operadores y los clientes era deficiente, el 66% señaló que la sobrecarga de trabajo afectaba la eficiencia, el 70% indicó que las políticas internas no eran claras, el 68% mencionó que el transporte no cumplía con las normativas de seguridad, el 65% afirmó que la calidad del servicio disminuía durante épocas de alta demanda, el 72% reportó que no había suficientes incentivos para la mejora continua del servicio, el 74% indicó que los tiempos de espera en los centros logísticos eran prolongados, el 69% señaló que la gestión del tiempo de las entregas era deficiente, el 77% indicó que la falta de planificación en las rutas afectaba la eficiencia, el 66% mencionó que la competencia en el sector presionaba la calidad del servicio y el 71% afirmó que el seguimiento post-entrega era inadecuado. La conclusión general fue que la mejora de la infraestructura vial, la capacitación del personal y la optimización de los procedimientos logísticos son esenciales para mejorar la calidad del servicio de transporte de carga en Cañete.

Rodríguez (2021) tesis para optar el título de Licenciado en Ingeniería Industrial en la Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, titulada *Evaluación de la calidad del servicio de transporte público en la provincia de Cañete, 2021*. El objetivo principal fue analizar la percepción de los usuarios sobre la calidad del servicio de transporte público en

Cañete. La metodología utilizada fue cuantitativa, con un nivel descriptivo y un diseño transversal. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, aplicada a una población de 500 usuarios del transporte público, con una muestra final de 300, utilizando un cuestionario de 10 preguntas. Los resultados mostraron que el 72% de los encuestados consideró que los vehículos no cumplían con los estándares de seguridad, el 68% indicó que los tiempos de espera en las paradas eran excesivos, el 70% señaló que los conductores no ofrecían un trato adecuado, el 66% mencionó que la limpieza de los vehículos era deficiente, el 74% afirmó que las tarifas no eran justas en relación con el servicio ofrecido, el 65% reportó que los vehículos presentaban constantes fallas mecánicas, el 78% indicó que las rutas no estaban optimizadas, el 71% señaló que no se respetaban los horarios de salida y llegada, el 67% mencionó que las paradas no estaban adecuadamente señalizadas, y el 69% indicó que no existía un control adecuado por parte de las autoridades. La conclusión general fue que la calidad del servicio de transporte público en Cañete es percibida negativamente por los usuarios, siendo la seguridad, puntualidad y estado de los vehículos los principales factores a mejorar.

López (2022) tesis para optar el título de Licenciado en Administración en la Universidad Nacional del Callao, titulada *Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en el transporte interprovincial en la provincia de Cañete, 2022*. El objetivo principal fue determinar cómo la calidad del servicio de transporte interprovincial influye en la satisfacción de los clientes en Cañete. La metodología utilizada fue cuantitativa, con un nivel descriptivo correlacional y un diseño no experimental. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, aplicada a una población de 250 usuarios del transporte interprovincial, con una muestra final de 150, utilizando un cuestionario de 10 preguntas. Los resultados mostraron que el 75% de los encuestados consideró que los tiempos de viaje eran excesivos debido a la mala planificación de las rutas, el 72% indicó que los vehículos no ofrecían un adecuado confort, el 70% señaló que los conductores no seguían las normas de tránsito, el 68% reportó que las paradas intermedias eran inadecuadas, el 66% mencionó que la atención al cliente en los terminales era deficiente, el 77% afirmó que las tarifas no eran competitivas, el 69% señaló que no existía una adecuada comunicación entre la empresa y los pasajeros, el 65% mencionó que la seguridad durante el viaje no estaba garantizada, el 71% indicó que la limpieza de los buses era inadecuada, y el 73% reportó demoras constantes en las salidas. La conclusión general fue que la calidad del servicio en el transporte

interprovincial en Cañete influye directamente en la satisfacción del cliente, destacándose la puntualidad, seguridad y atención como los factores más críticos.

2.2. Bases teóricas

Variable 1. Motivación laboral

La motivación laboral es un aspecto crítico dentro de las organizaciones, ya que influye directamente en el desempeño y la productividad de los empleados. Según Robbins y Judge (2020), la motivación laboral se define como el conjunto de fuerzas internas y externas que inician, dirigen y mantienen el comportamiento hacia la consecución de objetivos laborales. Este concepto está intrínsecamente ligado al rendimiento y a la satisfacción en el trabajo, ya que los empleados motivados tienden a ser más productivos, innovadores y comprometidos con sus responsabilidades.

Paredes (2023) conceptualiza la motivación laboral como un proceso dinámico que depende de la interacción entre los valores individuales del trabajador y los objetivos organizacionales. Argumenta que la motivación puede ser sostenida en el tiempo a través de recompensas no monetarias, como el reconocimiento público, el desarrollo profesional y la construcción de un ambiente laboral positivo que promueva la colaboración y el respeto.

Por su parte Pérez y Torres (2023) proponen una definición de motivación laboral como el resultado de un proceso en el que los empleados sienten que sus contribuciones son valoradas, lo que se traduce en un mayor compromiso y esfuerzo en sus labores. Los autores subrayan la importancia de los espacios de diálogo entre empleados y superiores, así como la flexibilidad en las condiciones laborales para ajustar el trabajo a las necesidades personales del empleado.

Romero (2022) afirma que la motivación laboral es el grado de compromiso, energía y perseverancia que un empleado invierte en sus tareas. Destaca que los factores motivacionales más efectivos son aquellos que proporcionan un equilibrio entre las metas personales y las expectativas organizacionales, señalando que la autonomía y el desarrollo de habilidades son fundamentales para mejorar la productividad y el bienestar emocional del trabajador.

Gómez (2022) define la motivación laboral como el conjunto de fuerzas internas y externas que impulsan a los empleados a realizar su trabajo de manera efectiva. Este concepto incluye tanto la motivación intrínseca, que se refiere a la satisfacción personal, el interés y el sentido de logro que el trabajador experimenta al realizar sus tareas, como la

motivación extrínseca, que está relacionada con factores externos como el salario, los beneficios y el reconocimiento. Los autores destacan que una combinación equilibrada de ambos tipos de motivación es crucial para mantener un alto nivel de compromiso y desempeño en el lugar de trabajo.

Dimensiones

Dimensión 1: Motivación laboral intrínseca

Sánchez y Torres (2021) definen la motivación laboral intrínseca como el impulso interno que lleva a los empleados a realizar sus tareas por el interés y la satisfacción que obtienen al ejecutarlas, resaltando que factores como la autonomía y el sentido de competencia son esenciales para mantener la motivación sin la necesidad de incentivos externos.

Por su parte, García y López (2022) añaden que la motivación intrínseca se basa en el deseo del trabajador de mejorar sus habilidades y alcanzar un alto grado de autorrealización, destacando que esta forma de motivación es fundamental para el desarrollo personal y profesional a largo plazo. Ambos autores coinciden en que fomentar un entorno laboral que promueva la autonomía y el desarrollo personal es clave para mantener elevados niveles de motivación intrínseca en los empleados.

Según Martínez (2023) define la motivación laboral intrínseca como la fuerza impulsora que lleva a los empleados a comprometerse con su trabajo por el puro interés y disfrute de las tareas, sin depender de recompensas externas, la motivación intrínseca surge cuando los trabajadores encuentran significado y propósito en sus actividades, lo que a su vez favorece el compromiso y la satisfacción en el entorno laboral. Además, enfatizan que el desarrollo de un ambiente que fomente la creatividad y la autonomía puede potenciar este tipo de motivación

Indicadores

Indicador 1. Satisfacción en el trabajo

Fernández y García (2022) definen la satisfacción en el trabajo como el grado en que un empleado siente bienestar, realización personal y placer al realizar sus actividades laborales, independientemente de las recompensas externas. Este concepto está relacionado con la percepción de que el trabajo contribuye al crecimiento personal y profesional del individuo, y es un factor clave para el compromiso y la motivación en el entorno organizacional.

La satisfacción en el trabajo en las empresas de transporte como el nivel de bienestar y satisfacción que los empleados experimentan al desempeñar sus tareas dentro de este sector, considerando factores como las condiciones laborales, el trato de los superiores, la seguridad en las operaciones, y la estabilidad en el empleo. Los autores destacan que en el contexto del transporte, la satisfacción laboral está estrechamente relacionada con la eficiencia operativa, ya que los trabajadores más satisfechos tienden a mostrar mayor compromiso con la puntualidad y la seguridad en el servicio

Indicador 2. Compromiso laboral

Rodríguez (2022) definen el compromiso laboral como el grado en que un empleado está emocionalmente vinculado con su organización, mostrando una disposición activa para contribuir al logro de los objetivos de la empresa y mantenerse en ella a largo plazo. Este compromiso se refleja en el esfuerzo extra que los empleados están dispuestos a invertir en sus tareas y en su lealtad hacia la organización.

El compromiso en las empresas de transporte está fuertemente influenciado por factores como la seguridad laboral, la estabilidad económica y el trato justo por parte de los superiores. Los empleados en el sector transporte tienden a estar más comprometidos cuando perciben que su labor es valorada y que las condiciones laborales son adecuadas para el desarrollo de sus funciones

Indicador 3. Mejora continua

Deming (2021) define la mejora continua como un enfoque sistemático en el cual las organizaciones buscan constantemente optimizar sus procesos, productos y servicios mediante pequeños pero sostenidos incrementos en la eficiencia, calidad y desempeño. Este proceso implica la participación activa de todos los miembros de la organización en la identificación y resolución de problemas, con el fin de alcanzar niveles cada vez más altos de competitividad y satisfacción del cliente.

Soto (2022) describe la mejora continua en las empresas de transporte como un enfoque clave para aumentar la eficiencia operativa, reducir tiempos de entrega y mejorar la satisfacción del cliente. En este contexto, la mejora continua implica la optimización constante de las rutas de transporte, el mantenimiento proactivo de los vehículos, y la capacitación del personal en nuevas tecnologías de gestión logística.

Indicador 4 Innovación

Fernández (2022) define la innovación como el proceso mediante el cual se introducen nuevas ideas, productos, servicios o métodos que generan cambios significativos

en la organización o en el mercado. La innovación puede estar dirigida tanto a mejorar la eficiencia interna de los procesos como a desarrollar nuevos productos o servicios que mejoren la competitividad de la empresa en su entorno.

La innovación en las empresas de transporte se manifiesta principalmente a través de la adopción de nuevas tecnologías, la optimización de rutas mediante sistemas de geolocalización, y la incorporación de vehículos más eficientes y sostenibles.

Dimensión 2: Motivación laboral extrínseca

Sánchez y Torres (2021) definen la motivación laboral extrínseca como el impulso que lleva a los empleados a realizar su trabajo en función de recompensas externas, como el salario, los beneficios, y las oportunidades de ascenso. Según los autores, los trabajadores que dependen de este tipo de motivación suelen estar más enfocados en los resultados tangibles que en la satisfacción personal derivada del trabajo.

López y García (2022) complementan esta idea al destacar que la motivación extrínseca se relaciona con la percepción de los empleados de que sus esfuerzos serán recompensados adecuadamente. Señalan que incentivos como bonificaciones y reconocimientos públicos pueden aumentar el compromiso y el rendimiento en el corto plazo, aunque advierten que, sin un sistema de recompensas sostenido, la motivación puede disminuir con el tiempo.

Por su parte, Martínez y Paredes (2022) afirman que la motivación extrínseca no solo abarca los incentivos monetarios, sino también las condiciones laborales y los beneficios sociales que una empresa ofrece, como seguros de salud y vacaciones. Los autores subrayan que una estructura sólida de beneficios puede retener a los empleados y evitar la rotación de personal, manteniendo a largo plazo un entorno laboral estable y productivo.

A su vez, Gómez y Fernández (2023) destacan que la motivación extrínseca está profundamente influenciada por el liderazgo dentro de la organización. Mencionan que un liderazgo eficaz, que comunique claramente los objetivos y ofrezca recompensas justas, puede fortalecer la motivación extrínseca y mejorar la productividad. Sin embargo, también advierten que un liderazgo deficiente puede tener el efecto contrario, desmotivando al personal a pesar de los incentivos.

Finalmente, Rodríguez y Pérez (2023) proponen que la motivación extrínseca también incluye el reconocimiento formal dentro de la empresa, como ascensos o premios al empleado del mes. Este tipo de recompensas refuerzan el comportamiento deseado y estimulan a los empleados a mantener un alto rendimiento, creando una cultura de

competencia positiva en la organización. Sin embargo, los autores enfatizan que si estas recompensas no son justas o consistentes, pueden generar frustración y desmotivación en el equipo.

Indicadores

Indicador 1. Reconocimiento laboral

López (2023) define el reconocimiento laboral como el proceso mediante el cual una organización expresa su apreciación por los logros y el buen desempeño de sus empleados. Este reconocimiento puede ser formal, a través de premios y menciones honoríficas, o informal, a través de elogios y agradecimientos, y es un factor clave para mantener la motivación y el compromiso de los trabajadores. Según el autor, el reconocimiento adecuado refuerza los comportamientos positivos y mejora el clima organizacional.

El reconocimiento laboral en las empresas de transporte es esencial para mejorar el compromiso y la eficiencia de los trabajadores, especialmente en un sector donde las jornadas pueden ser largas y las condiciones demandantes. En su estudio, señalan que las empresas que implementan sistemas de reconocimiento formal, como incentivos por puntualidad o premios al conductor del mes, logran aumentar la satisfacción y retención de empleados. Además, destacan que el reconocimiento informal, como el agradecimiento público o privado por el cumplimiento de metas, también es efectivo en mejorar el clima laboral y promover una mayor dedicación al servicio.

Indicador 2. Estabilidad laboral

Fernández (2022) define la estabilidad laboral como la percepción que tiene un empleado sobre la seguridad y continuidad de su empleo en una organización. Los autores destacan que la estabilidad laboral está vinculada con la confianza de los trabajadores en la permanencia de sus contratos y en la previsibilidad de las políticas laborales de la empresa, lo que influye directamente en su motivación y compromiso a largo plazo.

La estabilidad laboral en las empresas de transporte es un factor crucial para garantizar la eficiencia operativa y el compromiso de los empleados. Dado que el sector del transporte tiende a ser altamente demandante, los trabajadores valoran la estabilidad como un motivador clave para mantenerse en sus puestos. Según los autores, las empresas de transporte que ofrecen contratos de trabajo a largo plazo, beneficios sociales y políticas claras de retención de personal logran reducir la rotación y mejorar la lealtad de sus empleados, lo que a su vez incrementa la productividad y la puntualidad en los servicios.

Indicador 3. Condiciones de trabajo

Ramírez (2022) define las condiciones de trabajo como el conjunto de factores físicos, sociales y organizacionales que rodean al trabajador en su lugar de trabajo, e influyen en su bienestar y rendimiento.

Las condiciones de trabajo en las empresas de transporte son fundamentales para garantizar la seguridad, el bienestar y la eficiencia de los empleados, especialmente en un sector donde los trabajadores enfrentan largas jornadas y riesgos laborales específicos.

Indicador 4. Beneficios sociales

Dessler (2022) define los beneficios sociales como un conjunto de compensaciones no monetarias que las empresas ofrecen a sus empleados con el fin de mejorar su bienestar y calidad de vida. Estos beneficios incluyen seguro médico, planes de pensión, vacaciones pagadas, licencias por enfermedad, y apoyo en temas de salud mental y bienestar.

Los beneficios sociales en las empresas de transporte juegan un papel crucial en la retención de empleados y en la mejora del clima organizacional. En un sector donde las condiciones laborales pueden ser demandantes, los trabajadores valoran especialmente beneficios como el seguro de salud integral, vacaciones pagadas, y programas de jubilación anticipada.

Indicador 5. Incentivos

Pérez (2022) define los incentivos como recompensas que las organizaciones ofrecen a sus empleados con el objetivo de motivar y mejorar su rendimiento. Estos incentivos pueden ser financieros, como bonificaciones o comisiones, o no financieros, como reconocimientos públicos, promociones o tiempo libre adicional. Los incentivos están diseñados para alinear los intereses de los empleados con los objetivos de la organización, fomentando un mayor compromiso y productividad.

Los incentivos en una empresa de transporte son esenciales para mejorar la eficiencia operativa y la motivación de los empleados. En un sector donde el trabajo suele ser exigente, los incentivos financieros, como bonificaciones por puntualidad, premios por ahorro de combustible, o comisiones por entregas cumplidas, son altamente valorados por los conductores y personal logístico.

Variable 2. Calidad de servicio

Gómez y Torres (2021) definen la calidad de servicio como la capacidad de una organización para satisfacer o superar las expectativas del cliente mediante la entrega de un servicio eficiente, confiable y personalizado. Los autores destacan que, en el contexto actual,

la calidad de servicio se mide no solo por el resultado final, sino también por la experiencia del cliente a lo largo de toda la interacción con la empresa, desde la atención inicial hasta el seguimiento post-servicio. Factores como la empatía, comunicación efectiva y el uso de tecnología para mejorar la experiencia del cliente son fundamentales para mantener altos estándares de calidad.

Rodríguez (2022) define la calidad de servicio como el grado en que una empresa puede satisfacer las necesidades y expectativas del cliente mediante la entrega de un servicio confiable, rápido y adaptable. Resalta que, en un entorno altamente competitivo, la innovación y el uso de tecnologías digitales para mejorar la interacción con los clientes son esenciales para mantener la satisfacción y lealtad.

Según López y Fernández (2021), la calidad de servicio es la percepción del cliente sobre el valor que recibe en relación con el servicio prestado. En su enfoque, destacan que las empresas deben enfocarse en generar experiencias personalizadas, ya que la diferenciación en el trato y la atención personalizada son factores clave que influyen en la percepción del cliente sobre la calidad del servicio.

Ramírez y Salas (2023) proponen que la calidad de servicio se basa en la capacidad de una organización para generar una relación de confianza y seguridad con el cliente a través de la eficiencia en los procesos y la transparencia en las operaciones. Destacan la importancia de los protocolos estandarizados y el uso de inteligencia artificial para mejorar la consistencia y reducir errores en la entrega de servicios.

Martínez y Gómez (2022) definen la calidad de servicio como la capacidad de una organización para satisfacer las expectativas del cliente mediante la entrega de un servicio eficiente, confiable y personalizado. Este concepto incluye la atención al cliente, que se refiere al trato directo y el soporte que se ofrece durante el proceso de prestación del servicio, y la satisfacción del cliente, que es el resultado final de la experiencia del cliente con el servicio recibido. Los autores destacan que la calidad de servicio está directamente relacionada con la empatía y la capacidad de respuesta del personal, ya que estos factores influyen significativamente en la percepción del cliente sobre la eficacia y atención recibida, lo que a su vez impacta en su nivel de satisfacción y lealtad hacia la empresa.

Dimensión 1. Atención al cliente:

Ramírez (2021) define la atención al cliente como el conjunto de acciones, estrategias y procesos destinados a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente a través de un trato personalizado, eficiente y empático. La atención al cliente no solo se centra

en resolver problemas o consultas, sino también en generar experiencias positivas que fomenten la lealtad y satisfacción del cliente. En un entorno cada vez más competitivo, la atención proactiva y la comunicación clara son factores críticos para el éxito de una empresa.

Ramírez (2021) definen la atención al cliente como el conjunto de acciones, estrategias y procesos destinados a satisfacer las necesidades y expectativas del cliente a través de un trato personalizado, eficiente y empático. Según los autores, la atención al cliente no solo se centra en resolver problemas o consultas, sino también en generar experiencias positivas que fomenten la lealtad y satisfacción del cliente. En un entorno cada vez más competitivo, la atención proactiva y la comunicación clara son factores críticos para el éxito de una empresa.

Indicadores

Indicador 1. Empatía

López (2021) define la empatía en la atención al cliente como la habilidad del personal para entender las emociones y perspectivas del cliente, respondiendo con sensibilidad y consideración. Esta cualidad permite generar una conexión emocional, lo que no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también incrementa su satisfacción y lealtad hacia la empresa.

En una empresa de transporte, la empatía es esencial para ofrecer un servicio que conecte emocionalmente con los clientes, ya que los pasajeros o usuarios pueden enfrentarse a situaciones estresantes, como retrasos, pérdidas de equipaje o problemas en las rutas.

Indicador 2. Tiempo de respuesta

González (2022) define el tiempo de respuesta como el lapso de tiempo que transcurre desde que un cliente realiza una consulta o plantea un problema hasta que recibe una respuesta o solución por parte de la empresa. Un tiempo de respuesta rápido es crucial para mantener la satisfacción del cliente y garantizar un servicio eficiente.

En una empresa de transporte, el tiempo de respuesta es fundamental para resolver rápidamente incidencias como retrasos, cambios en las rutas, pérdida de equipaje o problemas con la carga.

Indicador 3. Quejas y reclamos

Gomes (2022) define las quejas y reclamos como expresiones de insatisfacción por parte de los clientes cuando el servicio o producto recibido no cumple con sus expectativas o estándares establecidos. Estos reclamos proporcionan una oportunidad valiosa para las

empresas de corregir errores, mejorar sus procesos y fortalecer la relación con los clientes si se gestionan adecuadamente.

En una empresa de transporte, las quejas y reclamos son comunes debido a factores como retrasos, pérdida de mercancía, mala atención, o problemas con las rutas y horarios. Gómez (2022) subraya que la clave para manejar eficazmente las quejas en el sector de transporte es contar con un sistema ágil y accesible para recibir y procesar estos reclamos, seguido de una respuesta rápida y soluciones concretas. Una gestión eficiente de quejas puede transformar la insatisfacción del cliente en una oportunidad de mejora, lo que refuerza la confianza en la empresa y eleva la percepción de la calidad del servicio.

Indicador 4. Fidelidad de clientes

Kotler (2021) define la fidelidad de los clientes como el compromiso continuo de los consumidores hacia una empresa o marca, manifestado en su repetición de compra y la recomendación del servicio a otros. La fidelidad no solo implica satisfacción, sino también una preferencia constante por los productos o servicios de una empresa, incluso cuando existen alternativas competitivas.

En una empresa de transporte, la fidelidad de los clientes se refleja en la repetición de los servicios de transporte por parte de los usuarios, así como en las recomendaciones que hacen a otros.

Dimensión 2. Satisfacción del cliente:

Fornell (2020) describe la satisfacción del cliente como la evaluación que el cliente hace sobre el producto o servicio tras haberlo consumido, basada en la comparación entre lo esperado y lo percibido. Según el autor, una alta satisfacción conduce a una mayor retención de clientes y mejora la percepción de la marca, mientras que la insatisfacción puede afectar negativamente la reputación de la empresa.

López (2022) explica la satisfacción del cliente como el resultado de la evaluación global que el cliente hace de su experiencia con una marca, servicio o producto. Resalta que la satisfacción no solo se refiere al cumplimiento de las expectativas, sino también a la percepción del valor obtenido y la calidad del servicio prestado.

Martínez (2021) define la satisfacción del cliente como una respuesta cognitiva y emocional ante la experiencia de consumo, la cual resulta de comparar lo esperado con lo recibido. Señala que la satisfacción del cliente es crucial para asegurar la fidelización y la recomendación positiva del servicio o producto.

Indicadores

Indicador 1. Disponibilidad y flexibilidad

Robbins (2021) define la disponibilidad y flexibilidad como la capacidad de una organización para adaptar sus recursos, servicios y operaciones a las necesidades cambiantes de los clientes y del entorno, manteniendo la accesibilidad constante. La disponibilidad se refiere a estar accesible cuando el cliente lo requiere, mientras que la flexibilidad implica la disposición para modificar procesos o servicios en función de las circunstancias o necesidades del cliente.

En una empresa de transporte, la disponibilidad y flexibilidad son fundamentales para satisfacer las demandas de los clientes y ofrecer un servicio confiable. Pérez (2022) señala que la disponibilidad en este sector se refiere a la capacidad de la empresa para ofrecer sus servicios en horarios amplios y adaptables, permitiendo que los clientes accedan al transporte cuando lo necesiten.

Indicador 2. Seguridad

Kotler (2021) define la seguridad para la satisfacción del cliente como el conjunto de condiciones que garantizan que el producto o servicio se entregue sin riesgos y bajo estándares de protección, generando confianza en los clientes. La seguridad es un factor clave en la experiencia del cliente, ya que influye directamente en su percepción de fiabilidad y confianza en la empresa.

En una empresa de transporte, la seguridad es un aspecto crucial para garantizar la satisfacción del cliente. Martínez (2022) señala que la seguridad en este sector se refiere a la protección de los pasajeros o las mercancías durante el traslado, asegurando que lleguen a su destino sin daños ni riesgos. Esto incluye la manutenzione adecuada de los vehículos, la formación constante de los conductores, y el cumplimiento de las normas de tráfico y seguridad vial. Además, para los clientes que utilizan el servicio de transporte de carga, la integridad de los bienes transportados es fundamental para su satisfacción, lo que refuerza la necesidad de contar con seguros y protocolos de seguridad que protejan las mercancías en todo momento.

Indicador 3. Puntualidad y fiabilidad

Gómez (2022) define la puntualidad y fiabilidad como dos elementos clave de la calidad del servicio, que se refieren a la capacidad de la empresa para cumplir con los tiempos acordados (puntualidad) y entregar consistentemente lo prometido (fiabilidad). La puntualidad genera confianza en los clientes, mientras que la fiabilidad asegura que las

expectativas del cliente se cumplan de manera constante, lo que impacta directamente en la satisfacción.

En una empresa de transporte, la puntualidad y fiabilidad son fundamentales para satisfacer al cliente. Gómez (2022) señala que la puntualidad implica cumplir con los horarios y tiempos de entrega establecidos, lo que es crucial en el transporte de personas y mercancías, ya que cualquier retraso puede generar insatisfacción. Por otro lado, la fiabilidad se refiere a la capacidad de la empresa para proporcionar un servicio constante y sin errores, garantizando que las mercancías lleguen en buen estado y los pasajeros lleguen a sus destinos de manera segura. Estas dos características son esenciales para generar confianza y fidelidad en los clientes, ya que minimizan los riesgos y la incertidumbre, factores críticos en la satisfacción del cliente dentro del sector de transporte.

Indicador 4. Transparencia y comunicación

López (2021) define la transparencia y comunicación como la capacidad de una empresa para transmitir información clara, honesta y completa a sus clientes, asegurando que estos estén plenamente informados en todo momento. La transparencia genera confianza, mientras que una comunicación efectiva permite resolver dudas y alinear expectativas, lo que es clave para la satisfacción del cliente.

En una empresa de transporte, la transparencia y comunicación juegan un papel crucial para la satisfacción del cliente. Martínez (2022) subraya que la transparencia implica mantener informados a los clientes sobre los horarios, rutas, costos y posibles retrasos, sin ocultar información. Esto se complementa con una comunicación efectiva, que asegura que el cliente pueda recibir actualizaciones en tiempo real sobre el estado de su viaje o el envío de mercancías. Cuando una empresa de transporte es transparente y comunica de manera clara y oportuna, los clientes confían más en el servicio, lo que contribuye directamente a su satisfacción y a una experiencia sin sorpresas ni inconvenientes.

Marco Conceptual

Motivación laboral y calidad de servicio:

La motivación laboral es un factor determinante en la calidad de servicio ofrecida por una organización. Empleados motivados son más propensos a brindar un servicio de alta calidad, lo que a su vez impacta positivamente en la satisfacción del cliente y en la percepción general de la calidad de la empresa (Robbins & Judge, 2020). La motivación laboral, facilitada por una buena comunicación interna y un clima laboral positivo, crea un entorno donde los empleados se sienten comprometidos y alineados con los objetivos de la

organización. Esto se traduce en un mejor desempeño en sus roles, especialmente en áreas críticas como la atención al cliente y la interacción con los consumidores.

Interacción entre comunicación interna y atención al cliente:

La comunicación interna eficaz es crucial para la atención al cliente, ya que asegura que los empleados tengan la información y los recursos necesarios para resolver los problemas de los clientes de manera eficiente (Bartels et al., 2021). Un flujo de comunicación claro y continuo dentro de la organización facilita que los empleados comprendan mejor las necesidades de los clientes, permitiéndoles ofrecer soluciones más rápidas y efectivas. Además, una buena comunicación interna refuerza la motivación laboral, lo que a su vez mejora la calidad de la atención al cliente.

Clima laboral y satisfacción del cliente:

Un clima laboral positivo no solo motiva a los empleados a desempeñar mejor sus funciones, sino que también crea un ambiente de trabajo donde la satisfacción del cliente es una prioridad (Salanova & Schaufeli, 2022). Cuando los empleados trabajan en un ambiente de apoyo y confianza, es más probable que se esfuercen por cumplir y superar las expectativas de los clientes, lo que resulta en una mayor satisfacción del cliente. Por lo tanto, mejorar el clima laboral dentro de una organización puede tener un impacto directo y positivo en la calidad de servicio percibida por los clientes.

Efectos combinados en la percepción de la calidad de servicio:

La interacción entre las dimensiones de motivación laboral y calidad de servicio sugiere que un enfoque integrado es necesario para maximizar los beneficios en ambas áreas. Empleados que se sienten motivados gracias a una buena comunicación interna y un clima laboral favorable están en mejores condiciones para ofrecer un servicio de alta calidad, lo que eleva la percepción de los clientes sobre la empresa (Parasuraman et al., 1988). Este ciclo de retroalimentación positiva refuerza tanto la motivación interna de los empleados como la lealtad y satisfacción de los clientes, creando una ventaja competitiva sostenible para la organización.

2.3. Hipótesis

Según Hernández, Fernández y Baptista (2020), las investigaciones descriptivas se enfocan en detallar y caracterizar fenómenos sin la intención de establecer relaciones causales o predicciones, lo que elimina la necesidad de hipótesis.

En la investigación *Propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024* no se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

III. Metodología

3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación

Tipo

La investigación fue de tipo cuantitativo.

Según Hernández (2022), los estudios cuantitativos se caracterizan por la utilización de herramientas estadísticas para describir patrones y realizar inferencias sobre la población estudiada. Este enfoque permitirá obtener resultados objetivos y generalizables basados en datos medibles. La investigación será de tipo cuantitativo ya que se enfocará en la recolección y análisis de datos numéricos para medir las variables de motivación laboral y calidad de servicio en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., en el distrito de Imperial, Cañete. La investigación fue de tipo cuantitativo, ya que se enfocó en la recolección y análisis de datos numéricos para medir las variables de motivación laboral y calidad de servicio en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete.

Nivel de investigación:

La investigación fue de nivel descriptivo – de propuesta

Descriptivo

La investigación fue de nivel descriptivo, como señala Sampieri (2022), los estudios descriptivos se centran en describir las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea objeto de análisis. En este caso, se pretende entender cómo se presentan estas variables en la población específica sin explorar su interrelación causal. El nivel de la investigación fue descriptivo, porque buscó detallar y caracterizar las variables de motivación laboral y calidad de servicio sin establecer relaciones causales entre ellas.

De propuesta

Según Sampieri (2022), un diseño de propuestas es útil cuando se busca no solo describir una situación, sino también ofrecer soluciones o recomendaciones que puedan ser implementadas en el contexto estudiado. La investigación fue de propuesta porque, basado en los resultados descriptivos obtenidos, se desarrollaron sugerencias o estrategias para

solucionar los problemas de la motivación laboral y, consecuentemente, la calidad del servicio en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete.

Diseño

La investigación fue de diseño no experimental - transversal

No Experimental:

Fue no experimental. Hernández (2022) indica que, en un diseño no experimental, el investigador no interviene en el proceso de recolección de datos, lo que permite analizar las variables en su contexto natural sin influir en los resultados. El estudio fue no experimental porque no se manipularon las variables de motivación laboral y calidad de servicio; solo se observaron tal como se presentaron en la realidad, sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Transversal:

Fue transversal. Según Hernández (2022) el diseño transversal es adecuado cuando se desea conocer la prevalencia de variables o el estado actual de un fenómeno en un momento específico, sin realizar seguimientos a lo largo del tiempo. Fue de diseño transversal porque se recogieron los datos en un solo momento en el tiempo para evaluar la situación actual en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, durante el año 2024.

3.2. Población

Población

Baptista (2020) definen la población en una investigación como el conjunto total de individuos, objetos o eventos que comparten una o más características comunes y que son de interés para el investigador.

P1. Para la variable motivación laboral: Se utilizó una población de 10 colaboradores de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., 2024.

Criterios de inclusión

- Trabajadores con más de 3 meses laborando en la empresa.
- Trabajadores que se encuentren en planilla.

Criterios de exclusión.

- Trabajadores con menos de 3 meses laborando en la empresa.
- Trabajadores que se encuentren con cita médica.
- Personal que no firme el consentimiento informado.

P2. Para la variable calidad de servicio: Se utilizó una población de 20 empresas agrícolas de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., 2024. Información proporcionada de la base de datos de la empresa.

Criterios de inclusión

- Clientes mayores de 18 años
- Clientes con más de 3 mes solicitando servicio a la empresa.

Criterios de exclusión.

- Clientes que no deseen participar en la investigación.

Muestra

Dado que la población total fue de 10 colaboradores, la muestra tuvo al 100% de esta población. Esto se debió a que, al ser un grupo pequeño, incluir a todos los individuos aseguro que los resultados sean representativos y no habrá necesidad de inferencia estadística adicional. La muestra de la variable calidad de servicio fue de 10 clientes.

Según Hernández (2022) cuando se estudia una población completa, los resultados obtenidos no solo serán exhaustivos, sino que también eliminarán la variabilidad asociada con la selección de una muestra representativa, garantizando la validez interna del estudio.

Muestreo:

El muestreo fue censal. Según Baptista (2020) define el muestreo censal como el tipo de muestreo en el que se estudia a toda la población de interés sin recurrir a una muestra representativa. Es decir, en lugar de seleccionar una parte de la población, se investiga a cada uno de los individuos que componen el grupo. Se utilizó un muestreo censal debido al tamaño reducido de la población, lo que permitió obtener resultados precisos al no dejar margen para errores muestrales.

3.3. Operacionalización de variables

Variables	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Escala	Categorías o Valoración
Motivación Laboral	Gómez (2022) define la motivación laboral como el conjunto de fuerzas internas y externas que impulsan a los empleados a realizar su trabajo de manera efectiva. Este concepto incluye tanto la motivación intrínseca, que se refiere a la satisfacción personal, el interés y el sentido de logro que el trabajador experimenta al realizar sus tareas, como la motivación extrínseca, que está relacionada con factores externos como el salario, los beneficios y el reconocimiento.	Motivación Intrínseca	Satisfacción del trabajo	Likert	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
			Compromiso Laboral		
			Mejora Continua		
			Innovación		
		Motivación Extrínseca	Reconocimiento Laboral		
			Estabilidad Laboral		
			Condiciones de trabajo		
			Beneficios Sociales		
Calidad de Servicio	Gómez (2022) incluye la atención al cliente, que se refiere al trato directo y el soporte que se ofrece durante el proceso de prestación del servicio, y la satisfacción del cliente, que es el resultado final de la experiencia del cliente con el servicio recibido.	Atención al Cliente	Incentivos	Likert	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
			Empatía		
			Tiempo de respuesta		
			Quejas y Reclamos		
		Satisfacción al cliente	Fidelidad de clientes		
			Disponibilidad y Flexibilidad		
			Seguridad		
			Puntualidad y Fiabilidad		
			Transparencia y comunicación		

3.4. Técnica e instrumentos de recolección de datos

Técnica

La técnica fue la encuesta. Según Baptista (2020), la encuesta consiste en formular una serie de preguntas previamente estructuradas para medir variables de interés, ya sea en formato oral o escrito. Esta técnica es útil para obtener datos sobre opiniones, actitudes, comportamientos o características de una población y puede aplicarse de forma presencial, telefónica o a través de medios electrónicos. Se utilizó la técnica de la encuesta para recolectar datos directamente de los colaboradores para la variable motivación laboral y clientes para la variable calidad de servicio en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete. Se solicitó un permiso formal a la empresa para llevar a cabo la investigación, y se garantizó que todos los colaboradores y los clientes participantes recibieran y firmaran un consentimiento informado. Esto fue esencial para asegurar que comprendieran el propósito de la investigación, sus derechos y el uso que se daría a la información proporcionada.

Instrumento

El instrumento que se utilizó en el estudio fue el cuestionario. Según Baptista (2022), los cuestionarios son herramientas valiosas en la investigación cuantitativa porque permiten obtener respuestas consistentes y comparables de un gran número de participantes, lo que ayuda a identificar patrones y tendencias en los datos. Se diseñó un cuestionario estructurado compuesto por 17 preguntas en escala Likert, donde 9 preguntas correspondieron a la variable motivación laboral y 8 a la variable calidad de servicio. Estas preguntas se organizaron en función de las dimensiones respectivas (Anexo 4). El cuestionario fue sometido a un proceso de validación por parte de 3 expertos con el grado de maestría en administración, quienes revisaron el contenido para asegurar que las preguntas fueran claras, pertinentes y alineadas con los objetivos de la investigación (Anexo 5). Además, se aplicó el coeficiente alfa de Cronbach cuyo resultado obtenido para la variable motivación laboral fue de 0,84 lo que demuestra una alta confiabilidad y para la variable calidad de servicio fue de 0,90 lo que demuestra una excelente confiabilidad (Anexo 5).

3.5. Método de análisis de datos

Baptista (2020) definen la estadística descriptiva como la rama de la estadística que se encarga de recolectar, organizar, presentar y analizar un conjunto de datos sin hacer inferencias o generalizaciones sobre una población más amplia. Esta técnica permite resumir la información obtenida de una muestra o población mediante tablas, gráficos y medidas de

tendencia central y dispersión, con el objetivo de identificar patrones o comportamientos dentro de los datos.

Para el análisis de datos de la investigación, se utilizó Microsoft Word para la redacción y estructuración del documento de investigación, permitiendo presentar los hallazgos de manera clara y organizada. Microsoft Excel se empleó para procesar y organizar los datos obtenidos, facilitando el análisis estadístico descriptivo y la elaboración de figuras. Microsoft PowerPoint fue utilizado para la creación de presentaciones visuales que resumieron los resultados de manera efectiva. Con el programa antiplagio Turnitin, se aseguró la originalidad del contenido, garantizando que no superara el porcentaje permitido del 25%. Para gestionar las citas y referencias bibliográficas, se usó Mendeley, lo que permitió cumplir con las normas APA. Se accedió a fuentes académicas confiables a través de Renati, Alicia, Google Académico y el Repositorio Institucional ULADECH. Finalmente, los documentos se convirtieron a formato PDF para preservar la integridad de la información y evitar manipulaciones.

3.6. Aspectos éticos

La investigación se ejecutó bajo los más altos estándares éticos, se siguió de manera estricta la última actualización del Reglamento de Integridad Científica de la investigación, aprobada por el Consejo Universitario mediante la Resolución N° 0676 2024-CU-ULADECH Católica, con fecha 28 de junio de 2024.

Respeto y protección de los derechos de los intervinientes:

Se respetaron y protegieron los derechos de todos los colaboradores y clientes involucrados en la investigación, garantizando la privacidad y confidencialidad en todo momento. Los datos personales fueron tratados con estricta confidencialidad, y no se divulgó ninguna información que pudiera identificar a los participantes sin su consentimiento expreso.

Cuidado del medio ambiente:

Durante el desarrollo de la investigación, se tomaron todas las medidas necesarias para minimizar cualquier impacto ambiental. Se hizo un uso adecuado del papel, fomentando su reutilización y promoviendo el uso digital para evitar impresiones innecesarias. Asimismo, se gestionó de manera eficiente el consumo de energía eléctrica, asegurando que se utilizara solo lo estrictamente necesario durante las actividades relacionadas con la

recolección y análisis de datos, contribuyendo así a la conservación del entorno natural y laboral de la Empresa de transporte Taquire S.A.C.

Libre participación por propia voluntad:

La participación de los colaboradores y clientes fue completamente voluntaria. Se informó a todos los participantes sobre el propósito de la investigación y se les proporcionó un consentimiento informado antes de su participación. Se respetó la decisión de cualquier colaborador o cliente que decidiera no participar o retirarse en cualquier momento del estudio, sin que esto afectara su relación con la empresa.

Beneficencia y no maleficencia:

La empresa de transporte aplicó los principios de beneficencia y no maleficencia, priorizando la seguridad y el bienestar de colaboradores y clientes. Implementó mejoras en las condiciones laborales y estableció protocolos de seguridad, capacitaciones y medidas de protección para minimizar riesgos y reducir accidentes, reflejando así su compromiso ético en todas sus operaciones.

Integridad y honestidad:

Se actuó con la más alta integridad y honestidad en todas las fases de la investigación. Se garantizó que todos los datos recolectados fueran precisos y representativos, evitando cualquier forma de manipulación o falsificación de la información. Los resultados se presentaron de manera transparente y fiel a la realidad observada, sin alteraciones.

Justicia:

Se aplicó el principio de justicia, garantizando que todos los colaboradores y clientes tuvieran igualdad de oportunidades para participar en la investigación. Los beneficios y cargas de la investigación se distribuyeron de manera equitativa, sin que ningún grupo o individuo fuera discriminado o favorecido injustamente. Para ello, se utilizó el mismo cuestionario en la evaluación de la variable motivación para los trabajadores, y el mismo cuestionario para medir la calidad del servicio en los clientes, asegurando un tratamiento equitativo para todos los participantes.

IV. Resultados

Variable 1. Motivación laboral

Objetivo específico 1. Definir las características de la motivación intrínseca en la W Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024

Tabla 1

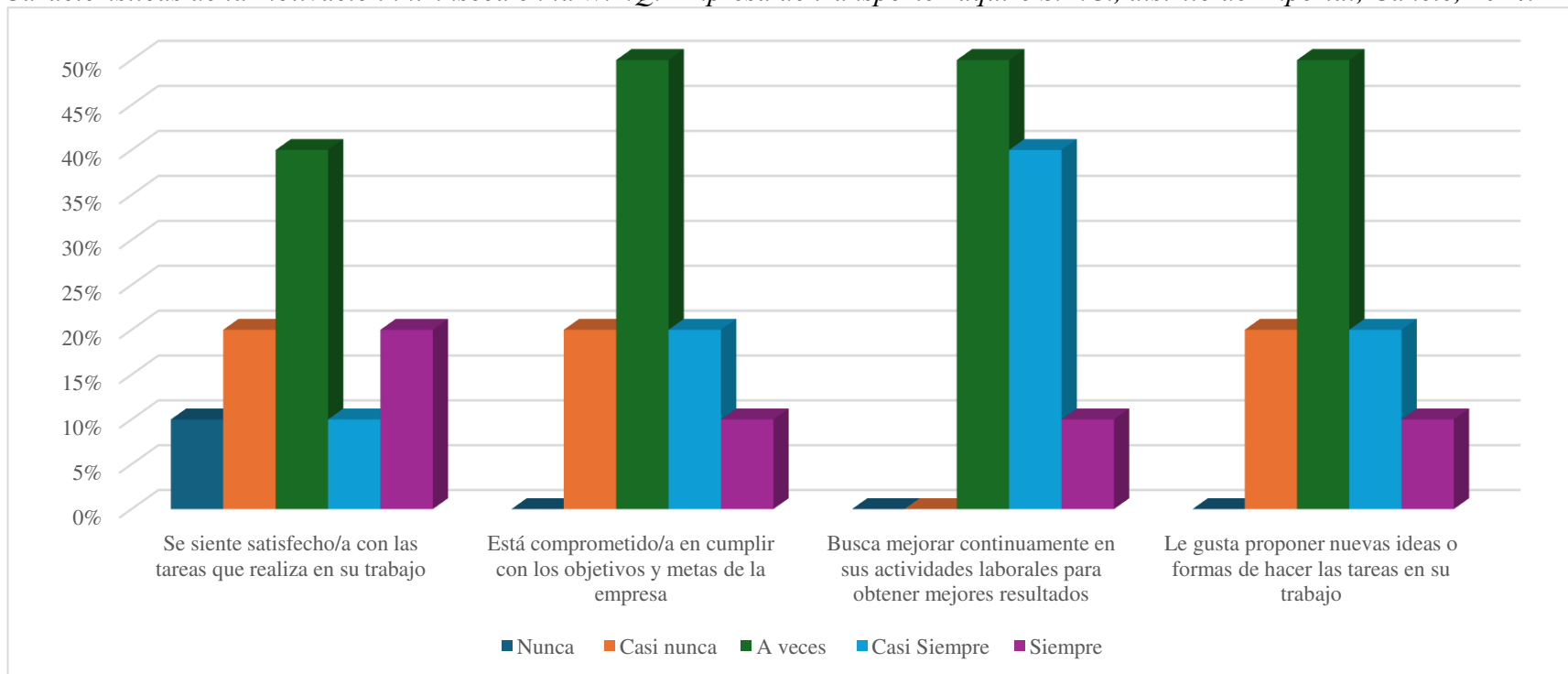
Características de la motivación intrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024

Motivación intrínseca	N	%
Se siente satisfecho/a con las tareas que realiza en su trabajo		
Nunca	1	10.00
Casi nunca	2	20.00
A veces	4	40.00
Casi siempre	1	10.00
Siempre	2	20.00
Total	10	100.00
Está comprometido/a en cumplir con los objetivos y metas de la empresa		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	2	20.00
A veces	5	50.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	1	10.00
Total	10	100.00
Busca mejorar continuamente en sus actividades laborales para obtener mejores resultados		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	5	50.00
Casi siempre	4	40.00
Siempre	1	10.00
Total	10	100.00
Le gusta proponer nuevas ideas o formas de hacer las tareas en su trabajo		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	2	20.00
A veces	5	50.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	1	10.00
Total	10	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los colaboradores de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.

Figura 1

Características de la motivación intrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de las preguntas relacionadas a las características de la motivación intrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.

Objetivo específico 2. Describir las características de la motivación extrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024

Tabla 2

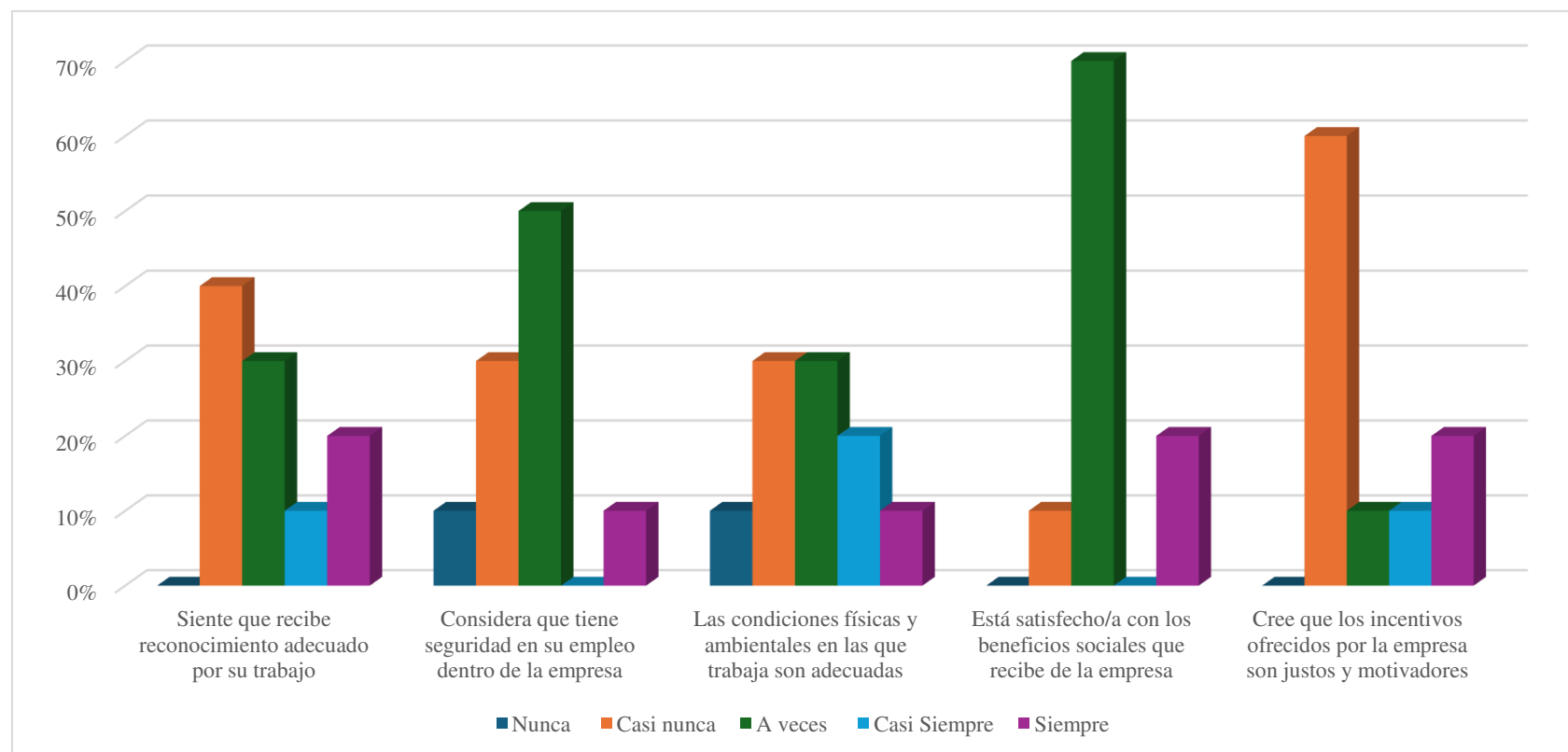
Características de la motivación extrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024

Motivación extrínseca	N	%
Siente que recibe reconocimiento adecuado por su trabajo		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	4	40.00
A veces	3	30.00
Casi siempre	1	10.00
Siempre	2	20.00
Total	10	100.00
Considera que tiene seguridad en su empleo dentro de la empresa		
Nunca	1	10.00
Casi nunca	3	30.00
A veces	5	50.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	1	10.00
Total	10	100.00
Las condiciones físicas y ambientales en las que trabaja son adecuadas		
Nunca	1	10.00
Casi nunca	3	30.00
A veces	3	30.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	1	10.00
Total	10	100.00
Está satisfecho/a con los beneficios sociales que recibe de la empresa		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	10.00
A veces	7	70.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	2	20.00
Total	10	100.00
Cree que los incentivos ofrecidos por la empresa son justos y motivadores		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	6	60.00
A veces	1	10.00
Casi siempre	1	10.00
Siempre	2	20.00
Total	10	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los colaboradores de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.

Figura 2

Características de la motivación extrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete.



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de las preguntas relacionadas a las características de la motivación extrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.

Variable 2. Calidad de servicio

Objetivo específico 3. Identificar las características de la atención al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.

Tabla 3

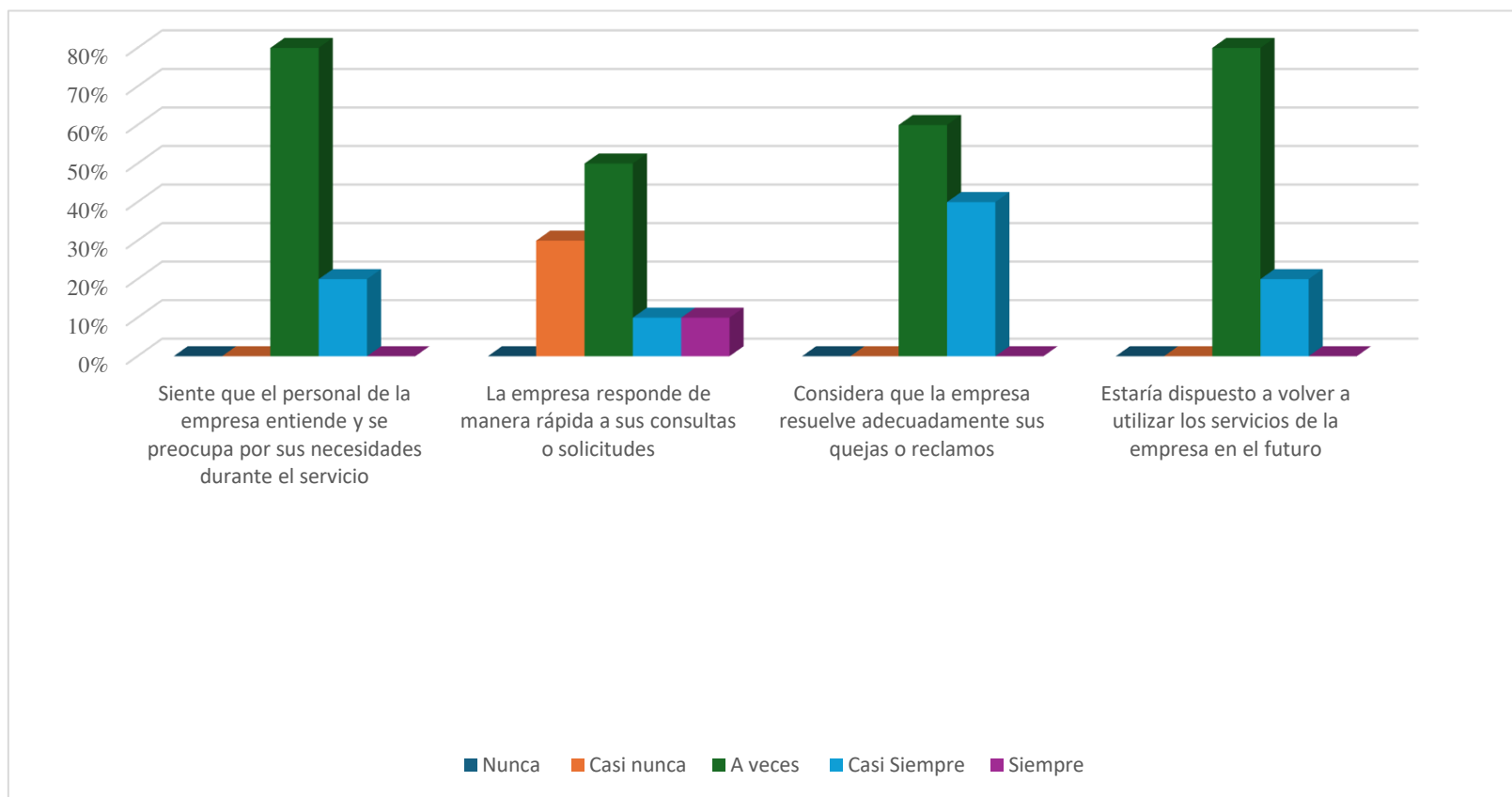
Características de la atención al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.

Atención al cliente	N	%
Siente que el personal de la empresa entiende y se preocupa por sus necesidades durante el servicio		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	8	80.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00
La empresa responde de manera rápida a sus consultas o solicitudes		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	3	30.00
A veces	5	50.00
Casi siempre	1	10.00
Siempre	1	10.00
Total	10	100.00
Considera que la empresa resuelve adecuadamente sus quejas o reclamos		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	6	60.00
Casi siempre	4	40.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00
Estaría dispuesto a volver a utilizar los servicios de la empresa en el futuro		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	8	80.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.

Figura 3

Características de la atención al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de las preguntas relacionadas a las características de la atención al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.

Objetivo específico 4. Describir las características de la satisfacción al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024

Tabla 4

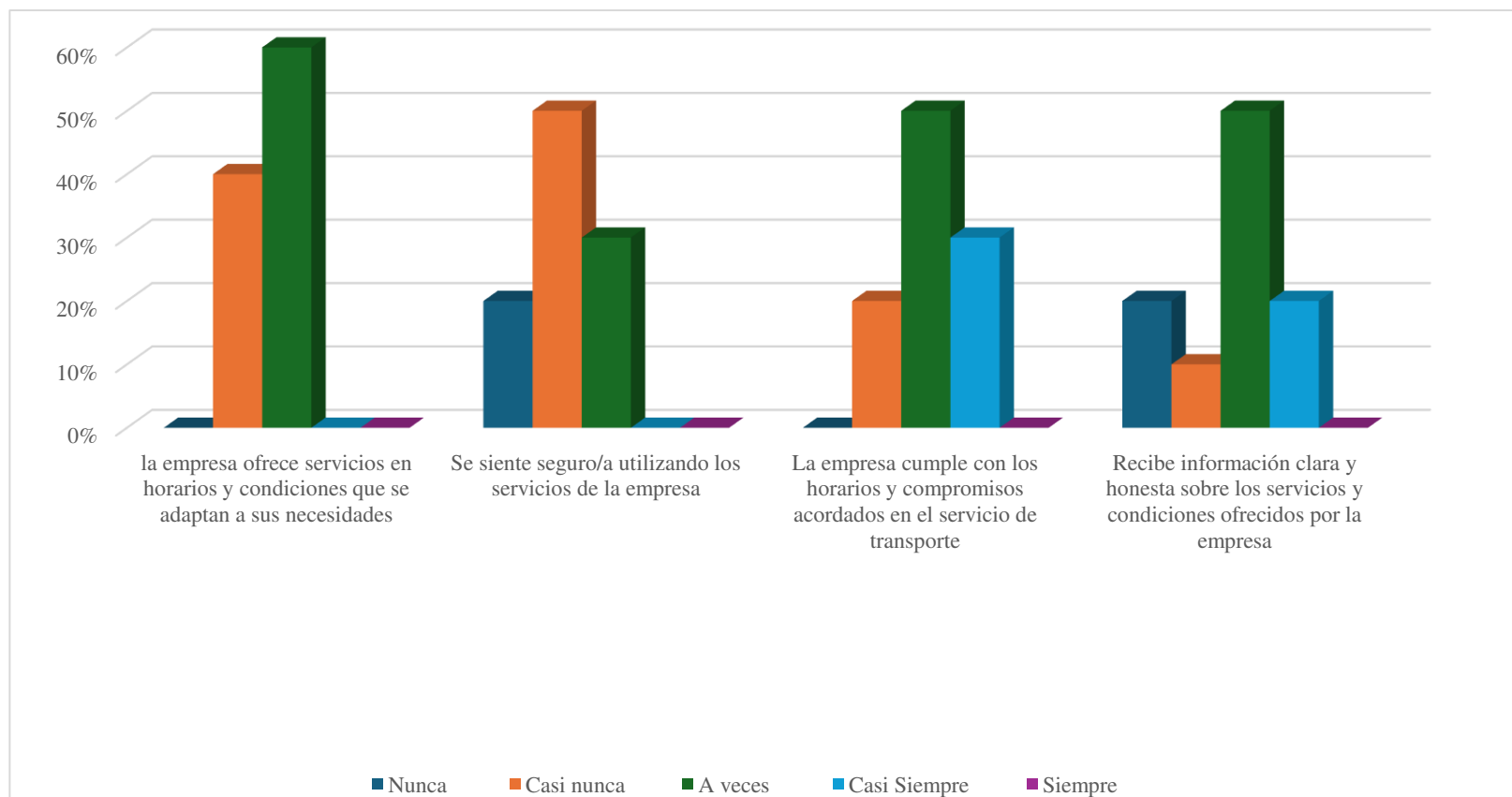
Características de la satisfacción al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024

Satisfacción al cliente	N	%
la empresa ofrece servicios en horarios y condiciones que se adaptan a sus necesidades		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	4	40.00
A veces	6	60.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00
Se siente seguro/a utilizando los servicios de la empresa		
Nunca	2	20.00
Casi nunca	5	50.00
A veces	3	30.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00
La empresa cumple con los horarios y compromisos acordados en el servicio de transporte		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	2	20.00
A veces	5	50.00
Casi siempre	3	30.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00
Recibe información clara y honesta sobre los servicios y condiciones ofrecidos por la empresa		
Nunca	2	20.00
Casi nunca	1	10.00
A veces	5	50.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	0	0.00
Total	10	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la W.T.Q. Empresa De Transporte Taquire S.A.C., Distrito De Imperial, Cañete, 2024.

Figura 4

Características de la satisfacción al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de las preguntas relacionadas a las características de la satisfacción al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.

Objetivo específico 5. Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.

Tabla 5

Propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024

Variables	Indicadores	Problemas encontrados	Causas del problema	Consecuencias del problema	Acción de mejora	Responsable	Presupuesto
Motivación Laboral	Satisfacción del trabajo	El 40% de los colaboradores mencionan que solo a veces se sienten satisfecho con las tareas que realizan.	Falta de variedad en las tareas asignadas	Disminución de la productividad	Implementar un sistema de reconocimiento y recompensas: Establecer un programa que reconozca el buen desempeño y los logros de los colaboradores de forma regular, ya sea a través de incentivos, menciones o bonificaciones, para aumentar la motivación y el compromiso.	Administración	S/ 150.00
			falta de reconocimiento o valoración de los esfuerzos y logros de los colaboradores puede reducir su satisfacción y su sentido de propósito en la empresa.	Aumento en la rotación de personal	Crear oportunidades de desarrollo profesional: Ofrecer capacitaciones, talleres o programas de aprendizaje que permitan a los colaboradores desarrollar nuevas habilidades y crecer dentro de la empresa, lo cual puede incrementar su satisfacción y sentido de propósito.		S/ 150.00
			La carencia de oportunidades para aprender y crecer profesionalmente dentro de la empresa puede generar desmotivación y	disminución en la calidad del servicio	Rotación de tareas y enriquecimiento de roles: Permitir que los colaboradores participen en diferentes tareas o proyectos ocasionales para añadir variedad a su trabajo diario, ayudándolos a mantenerse		S/ 200.00

			afectar la satisfacción laboral.		motivados y comprometidos con sus actividades.		
	Compromiso laboral	El 50% de los colaboradores mencionan que solo a veces se sienten comprometido en cumplir los objetivos de la empresa.	Falta de claridad en los objetivos	Reducción en la productividad	Establecer objetivos claros y alcanzables: Definir metas específicas y comunicarlas de manera que cada colaborador entienda cómo sus esfuerzos contribuyen al éxito general de la empresa.	Administración	S/ 200.00
			Bajo desempeño en el logro de objetivos	Alta percepción negativa del personal	Fomentar la alineación de valores y el sentido de pertenencia: Organizar actividades que refuercen los valores de la empresa y que permitan a los colaboradores encontrar puntos en común entre sus valores personales y los de la organización, fortaleciendo su sentido de pertenencia.		S/ 250.00
			Aumento en la rotación de personal	Impacto negativo en los resultados operativos y estratégicos	Implementar un sistema de retroalimentación continua: Establecer reuniones periódicas para brindar retroalimentación constructiva y reconocer los logros de los colaboradores. Esto no solo incrementará su compromiso, sino que también mejorará la comunicación y la motivación en el equipo.		S/ 300.00
	Mejora continua	El 50% de los colaboradores mencionan que solo a veces buscan mejorar continuamente para obtener	Falta de incentivos para el desarrollo profesional	Estancamiento en la productividad	Implementar programas de capacitación regular: Ofrecer capacitaciones y talleres periódicos que ayuden a los colaboradores a adquirir nuevas habilidades y mejorar en sus áreas de trabajo.	Administración	S/ 300.00

		mejores resultados.	Ausencia de una cultura de mejora continua	Desventaja competitiva	Establecer un sistema de reconocimiento por mejoras e innovación: Crear un programa de reconocimiento que premie a los colaboradores que demuestren esfuerzos por mejorar sus resultados o por implementar ideas innovadoras en su trabajo.		S/ 250.00
			Escasez de recursos o tiempo para capacitación	Disminución en la calidad del servicio	Facilitar acceso a recursos y herramientas de trabajo: Asegurar que los colaboradores dispongan de los recursos y el tiempo necesario para perfeccionar sus habilidades y optimizar sus tareas. Esto incluye herramientas de trabajo adecuadas, apoyo en la gestión de tiempo y acceso a información que facilite la innovación en sus funciones diarias.		S/ 200.00
	Innovación	El 50% de los colaboradores mencionan que solo a veces les gusta proponer nuevas ideas para hacer las tareas en el trabajo.	Falta de un ambiente de apoyo para la innovación	Estancamiento en los procesos de trabajo	Crear un espacio para compartir ideas: Implementar reuniones periódicas o un canal digital donde los colaboradores puedan proponer ideas libremente.	Administración	S/ 200.00
			Escasas oportunidades de participación	Menor adaptabilidad al cambio	Establecer un programa de incentivos para la innovación: Ofrecer reconocimientos o recompensas a las ideas implementadas que mejoren los procesos o resultados de la empresa.		S/ 250.00
			Temor al fracaso o a la crítica	Baja motivación y satisfacción laboral	Fomentar una cultura de aprendizaje y experimentación: Promover un ambiente donde se valore el aprendizaje a través de intentos y errores, apoyando a los		S/ 300.00

					colaboradores a probar nuevas ideas sin miedo a críticas.		
	Estabilidad laboral	El 50% de los colaboradores expresan que solo a veces tienen seguridad de empleo en la empresa.	Falta de contratos laborales a largo plazo	Baja motivación y compromiso	Establecer contratos laborales claros y a largo plazo: Ofrecer contratos que brinden mayor estabilidad a los colaboradores y explicar de manera transparente las condiciones de su empleo.	Supervisor	S/. 300.00
			Escasa comunicación sobre la estabilidad financiera de la empresa	Aumento en la rotación de personal	Comunicar regularmente el estado financiero y metas de la empresa: Informar a los colaboradores sobre la situación y proyecciones financieras de la empresa les permitirá comprender el panorama y tener mayor confianza en la estabilidad de sus puestos de trabajo.		S/ 250.00
			Inestabilidad en la demanda de trabajo	Reducción en la calidad del servicio.	Implementar una política de retención de talento: Crear programas de retención que incluyan incentivos para los colaboradores con buen desempeño y oportunidades de crecimiento profesional, lo cual les brindará un mayor sentido de estabilidad y pertenencia en la empresa.		S/ 200.00
	Beneficios sociales	El 70% de los colaboradores mencionan que solo a veces están satisfechos con los beneficios sociales	Limitada variedad de beneficios	Disminución en la motivación y el compromiso	Ampliar y diversificar los beneficios sociales: Revisar y mejorar la oferta de beneficios para incluir opciones como seguros de salud adicionales, días libres flexibles, programas de bienestar y apoyo educativo,		S/ 250.00

		que la empresa brinda.			adaptados a las necesidades de los colaboradores.	Supervisor	
			Falta de comunicación sobre los beneficios existentes	Aumento en la rotación de personal	Comunicar de manera clara y periódica los beneficios disponibles: Realizar sesiones informativas y enviar comunicaciones regulares sobre los beneficios a los que los colaboradores tienen acceso, para que comprendan plenamente el valor de los mismos		S/ 300.00
			Escasa personalización de los beneficios	Impacto negativo en la reputación de la empresa	Personalizar los beneficios según las necesidades de los colaboradores: Ofrecer opciones flexibles de beneficios que permitan a los colaboradores elegir aquellos que mejor se ajusten a su etapa de vida y necesidades personales, como planes de ahorro, horarios flexibles o programas de salud y bienestar.		S/ 200.00
	Incentivo	El 60% de los colaboradores afirman que casi nunca los incentivos ofrecidos por la empresa son justos.	Criterios de incentivo poco claros o inconsistentes	Disminución en la motivación y el desempeño	Establecer criterios claros y objetivos para los incentivos: Definir y comunicar los criterios específicos y medibles para recibir incentivos, asegurando que estén alineados con el desempeño y logros de cada colaborador.	Administración	S/ 200.00
			Desigualdad en la distribución de incentivos	Aumento en el conflicto y la insatisfacción laboral	Realizar una revisión y ajuste en la distribución de incentivos: Evaluar los incentivos actuales y ajustar su distribución para que sean equitativos y reflejen el esfuerzo de todos los colaboradores, eliminando cualquier percepción de favoritismo		S/ 250.00

			Incentivos limitados o no alineados con el esfuerzo y resultados	Incremento en la rotación de personal	Implementar un sistema de retroalimentación sobre los incentivos: Permitir que los colaboradores compartan sus opiniones y sugerencias sobre los incentivos ofrecidos, utilizando esta retroalimentación para mejorar el sistema de compensación y ajustarlo a las expectativas del equipo.		S/ 300.00
Calidad de servicio	Empatía	el 80% de los clientes indican que a veces sienten que la empresa se preocupa por sus necesidades	Falta de capacitación en atención al cliente	Aumento en las quejas y reclamaciones	Capacitar al personal en habilidades de empatía y atención al cliente: Implementar programas de formación en atención al cliente que incluyan técnicas de escucha activa, empatía y resolución de problemas para que los colaboradores respondan de manera efectiva y personalizada a las necesidades de los clientes.	Administración	S/ 250.00
			Procesos rígidos y poco flexibles	Aumento en las quejas y reclamaciones	Flexibilizar políticas y procedimientos: Revisar y adaptar los procesos internos para permitir un mayor grado de personalización en la atención al cliente, dándoles a los colaboradores la autonomía necesaria para adaptarse a situaciones específicas y atender mejor las demandas de los clientes		S/ 300.00
			Comunicación insuficiente	Disminución en la satisfacción general del cliente	Implementar una comunicación proactiva con los clientes: Establecer canales de comunicación donde los clientes puedan expresar sus necesidades y expectativas de manera regular,		S/ 200.00

					como encuestas de satisfacción o espacios de retroalimentación, lo que permitirá a la empresa anticiparse a sus demandas y responder con mayor empatía.		
	Tiempo de respuesta	El 50% de los clientes mencionan que a veces la empresa responde de manera rápida a las consultas y solicitudes.	Falta de personal en atención al cliente	Disminución de la satisfacción del cliente	Incrementar el personal en el área de atención al cliente: Contratar personal adicional o reubicar colaboradores en épocas de alta demanda para asegurar que haya suficientes recursos para gestionar las consultas de manera rápida y eficiente	Administración	S/ 250.00
			Procesos de atención no optimizados	Reducción en la lealtad del cliente	Optimizar y simplificar los procesos de atención: Revisar y mejorar los procedimientos para gestionar solicitudes, eliminando pasos innecesarios y burocráticos, lo que permitirá a los colaboradores responder de forma más ágil a las consultas de los clientes.		S/ 300.00
			Falta de herramientas tecnológicas adecuadas	Aumento en las quejas y reclamaciones	Implementar herramientas tecnológicas de gestión de consultas: Incorporar un sistema de gestión de tickets o software especializado en atención al cliente que permita organizar, priorizar y dar seguimiento a las solicitudes de manera eficiente, mejorando así el tiempo de respuesta y la calidad del servicio.		S/ 200.00
	Quejas y Reclamos	El 60% de los clientes indican que solo a veces resuelven sus quejas y reclamos.	Falta de un proceso estandarizado para gestionar quejas y reclamos	Disminución de la satisfacción y confianza del cliente	Implementar un proceso estandarizado para la gestión de quejas y reclamos: Diseñar y documentar un procedimiento claro que incluya pasos específicos		S/ 300.00

					para recibir, evaluar, resolver y dar seguimiento a las quejas, asegurando que todas se gestionen de manera rápida y uniforme	Supervisor	
			Escasa capacitación del personal en resolución de conflictos	Aumento en la rotación de clientes	Capacitar al personal en resolución de conflictos y atención al cliente: Ofrecer formación en habilidades de resolución de conflictos, escucha activa y empatía, brindando a los colaboradores las herramientas necesarias para manejar las quejas de forma profesional y eficaz.		S/ 200.00
			Falta de seguimiento y cierre de casos	Impacto negativo en la reputación de la empresa	Establecer un sistema de seguimiento de quejas y reclamos: Implementar una herramienta o sistema que permita registrar y hacer seguimiento de cada queja o reclamo hasta su resolución, garantizando que cada caso se gestione completamente y que el cliente reciba una respuesta final		S/ 250.00
	Fidelidad de clientes	El 60% de los clientes menciona que solo a veces vuelven a utilizar los servicios de la empresa.	Falta de un programa de fidelización	Disminución en los ingresos a largo plazo	Desarrollar un programa de fidelización: Implementar un programa que ofrezca beneficios exclusivos, descuentos o recompensas para clientes frecuentes. Esto incentivará a los clientes a regresar y fortalecerá su lealtad hacia la empresa	Junta Directiva	S/ 250.00
			Calidad inconsistente en el servicio	Incremento en los costos de adquisición de clientes	Asegurar una calidad constante en el servicio: Establecer y mantener estándares de calidad en cada interacción con el cliente para garantizar que la experiencia sea positiva y consistente, aumentando		S/ 300.00

					así la satisfacción y la probabilidad de retorno		
			Escasa comunicación post-servicio	Debilitamiento de la reputación de la empresa	Implementar comunicación post-servicio: Enviar mensajes de agradecimiento, encuestas de satisfacción o promociones especiales después de cada servicio para mantener el contacto con los clientes y demostrar que su preferencia es valorada, lo que ayuda a construir una relación duradera		S/ 200.00
	Disponibilidad y Flexibilidad	El 60% de los clientes afirman que a veces la empresa ofrece horarios flexibles.	Horarios operativos rígidos	Pérdida de clientes potenciales	Ampliar los horarios de atención: Evaluar la posibilidad de extender los horarios operativos o abrir en horarios no convencionales (fines de semana o noches) según la demanda, para facilitar el acceso de los clientes al servicio	Administración	S/ 300.00
			Falta de personal en ciertos turnos	Disminución de la satisfacción del cliente	Implementar un sistema de turnos flexibles para el personal: Organizar turnos de trabajo que cubran distintas franjas horarias sin afectar la calidad del servicio, lo que permitirá mantener una mayor disponibilidad de atención sin sobrecargar al equipo.		S/ 250.00
			Ausencia de opciones de reserva o atención personalizada	Reducción de la competitividad en el mercado	Ofrecer opciones de reserva y atención personalizada: Incorporar sistemas de reserva en línea o telefónica que permitan a los clientes agendar servicios en horarios específicos, brindándoles mayor comodidad y adaptabilidad según sus necesidades.		S/ 200.00

	Seguridad	El 50% de los clientes indican que casi nunca se sienten seguros al utilizar los servicios de la empresa.	Falta de medidas visibles de seguridad	Pérdida de clientes	Implementar y mostrar medidas visibles de seguridad: Colocar cámaras de seguridad, contar con personal de vigilancia o señalar las áreas seguras para que los clientes perciban un entorno protegido y seguro al utilizar los servicios.	Supervisor	S/ 250.00
			Deficiente mantenimiento de instalaciones o equipos	Impacto negativo en la reputación de la empresa	Realizar un mantenimiento regular de instalaciones y equipos: Asegurar que todas las instalaciones y equipos estén en buen estado mediante revisiones periódicas y reparaciones necesarias, de modo que los clientes perciban que la empresa prioriza su seguridad.		S/ 300.00
			Comunicación insuficiente sobre protocolos de seguridad	Reducción en la frecuencia de uso del servicio	Comunicar de manera proactiva los protocolos de seguridad: Informar a los clientes sobre las medidas de seguridad implementadas, ya sea mediante señalización en el lugar, mensajes de bienvenida o a través de los canales de comunicación de la empresa, para que conozcan los esfuerzos realizados en su protección.		S/ 200.00
	Puntualidad y Fiabilidad	El 50% de los clientes mencionan que solo a veces la empresa cumple con los horarios y compromisos acordados en el	Problemas de logística y planificación	Disminución de la satisfacción del cliente	Optimizar la planificación de rutas y horarios: Implementar un sistema de gestión de rutas que permita organizar y optimizar las rutas de transporte, ajustando los horarios para evitar demoras y cumplir con los compromisos establecidos.	Administración	S/ 250.00

		servicio transporte.	Falta de mantenimiento regular de vehículos	Pérdida de clientes	Realizar mantenimiento preventivo y regular de los vehículos: Establecer un programa de mantenimiento preventivo para los vehículos, asegurando que estén en buen estado y minimizando la probabilidad de fallos que puedan causar retrasos.		S/ 300.00
			Escasez de personal o falta de capacitación	Deterioro de la reputación de la empresa	Capacitar al personal en gestión del tiempo y resolución de imprevistos: Ofrecer formación a los conductores y coordinadores en técnicas de gestión del tiempo y resolución de problemas, para que puedan reaccionar de manera efectiva ante situaciones inesperadas y minimizar retrasos.		S/ 200.00
	Transparencia y comunicación	El 50% de los clientes indican que a veces reciben información clara y honesta sobre los servicios y condiciones que ofrece la empresa.	Información limitada en los canales de comunicación	Disminución de la confianza del cliente	Actualizar y ampliar la información en los canales de comunicación: Proporcionar detalles claros y completos sobre los servicios y condiciones en la página web, redes sociales y otros canales, asegurando que los clientes tengan fácil acceso a la información relevante.	Administración	S/ 250.00
			Falta de capacitación en comunicación para el personal	Aumento de quejas y reclamaciones	Capacitar al personal en habilidades de comunicación: Ofrecer formación específica en comunicación efectiva, escucha activa y claridad al transmitir información, para que el personal pueda explicar los servicios y condiciones de manera honesta y comprensible.		S/ 300.00

			Ausencia de protocolos de comunicación estandarizados	Reducción de la lealtad del cliente	Establecer protocolos de comunicación estandarizados: Implementar un protocolo que estandarice cómo se comunica la información clave sobre servicios y condiciones a los clientes, asegurando que todos reciban el mismo mensaje claro y transparente, sin inconsistencias.		S/ 200.00
						Total	S/ 9,350.00

V. Discusiones

Objetivo específico 1. Definir las características de la motivación intrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024

Se siente satisfecho/a con las tareas que realiza en su trabajo: El 40% de los colaboradores mencionan que solo a veces se sienten satisfecho con las tareas que realizan en su trabajo (Tabla 1). El resultado contrasta con la investigación de Doe (2020), en su tesis *Motivación del empleado y calidad del servicio en el transporte público, 2020* donde el 45% de los colaboradores mencionan que casi siempre se sienten satisfecho con el trabajo que realizan en la empresa. Esto se fundamenta con lo extraído del artículo de Fernández y García (2022) *que es la satisfacción del trabajo* definen como el grado en que un empleado siente bienestar, realización personal y placer al realizar sus actividades laborales, independientemente de las recompensas externas. Este concepto está relacionado con la percepción de que el trabajo contribuye al crecimiento personal y profesional del individuo, y es un factor clave para el compromiso y la motivación en el entorno organizacional. Esto demuestra que la satisfacción en el trabajo en las empresas de transporte como el nivel de bienestar y satisfacción que los empleados experimentan al desempeñar sus tareas dentro de este sector, considerando factores como las condiciones laborales, el trato de los superiores, la seguridad en las operaciones, y la estabilidad en el empleo. Los autores destacan que en el contexto del transporte, la satisfacción laboral está estrechamente relacionada con la eficiencia operativa, ya que los trabajadores más satisfechos tienden a mostrar mayor compromiso con la puntualidad y la seguridad en el servicio.

Está comprometido/a en cumplir con los objetivos y metas de la empresa: El 50% de los colaboradores mencionan que solo a veces se sienten comprometidos con cumplir con los objetivos y metas de la empresa (Tabla 1). El resultado coincide con la investigación de González (2021) en su tesis *La motivación laboral como factor clave para la mejora del transporte urbano, 2021* donde el 52% de los colaboradores mencionan que casi nunca se sienten comprometidos con la empresa de transporte. Esto se fundamenta con lo extraído del libro de Rodríguez (2022) *Que es el compromiso laboral* define como el grado en que un empleado está emocionalmente vinculado con su organización, mostrando una disposición activa para contribuir al logro de los objetivos de la empresa y mantenerse en ella a largo plazo. Este compromiso se refleja en el esfuerzo extra que los empleados están dispuestos a invertir en sus tareas y en su lealtad hacia la organización. Esto demuestra que el compromiso

en las empresas de transporte está fuertemente influenciado por factores como la seguridad laboral, la estabilidad económica y el trato justo por parte de los superiores. Los empleados en el sector transporte tienden a estar más comprometidos cuando perciben que su labor es valorada y que las condiciones laborales son adecuadas para el desarrollo de sus funciones.

Busca mejorar continuamente en sus actividades laborales para obtener mejores resultados: El 50% de los colaboradores mencionan que solo a veces buscan mejorar continuamente en sus actividades laborales para obtener mejores resultados (Tabla 1). El resultado coincide con la investigación de Patel (2021) en su tesis *Estrategias de motivación del empleado y entrega del servicio en las empresas de transporte público, 2021*, el 48% de los trabajadores afirman que a veces buscan mejorar continuamente en las actividades de trabajo. Se fundamenta con lo extraído del artículo de Deming (2021) *Que es la mejora continua*, define como un enfoque sistemático en el cual las organizaciones buscan constantemente optimizar sus procesos, productos y servicios mediante pequeños pero sostenidos incrementos en la eficiencia, calidad y desempeño. Este proceso implica la participación de todos los miembros de la organización en la identificación y resolución de problemas, con el fin de alcanzar niveles cada vez más altos de competitividad y satisfacción del cliente. Esto demuestra que la mejora continua en las empresas de transporte como un enfoque clave para aumentar la eficiencia operativa, reducir tiempos de entrega y mejorar la satisfacción del cliente. En este contexto, la mejora continua implica la optimización constante de las rutas de transporte, el mantenimiento proactivo de los vehículos, y la capacitación del personal en nuevas tecnologías de gestión logística.

Le gusta proponer nuevas ideas o formas de hacer las tareas en su trabajo: el 50% de los colaboradores indican que solo a veces les gusta proponer nuevas ideas o formas de hacer las tareas en su trabajo (Tabla 1). El resultado contrasta con la investigación de Pérez, A. (2022) en su tesis *El liderazgo y su influencia en la motivación laboral en empresas de transporte público en Lima, 2022* donde el 65% de los trabajadores indican que siempre les gusta proponer como realizar trabajos en el transporte. Se fundamenta con lo extraído del libro de Fernández (2022) *Que es la innovación* define como el proceso mediante el cual se introducen nuevas ideas, productos, servicios o métodos que generan cambios significativos en la organización o en el mercado. La innovación puede estar dirigida tanto a mejorar la eficiencia interna de los procesos como a desarrollar nuevos productos o servicios que mejoren la competitividad de la empresa en su entorno. Esto demuestra que la innovación

en las empresas de transporte se manifiesta principalmente a través de la adopción de nuevas tecnologías, la optimización de rutas mediante sistemas de geolocalización, y la incorporación de vehículos más eficientes y sostenibles.

Objetivo específico 2. Describir las características de la motivación extrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024

Siente que recibe reconocimiento adecuado por su trabajo: El 40% de los colaboradores mencionan que casi nunca reciben algún reconocimiento adecuado por su trabajo (Tabla 2). El resultado contrasta con la investigación de Sánchez (2021) en su tesis *Influencia del liderazgo en la motivación laboral en empresas de transporte interprovincial en el norte del Perú, 2021* el 75% de los trabajadores mencionan que en el transporte interprovincial siempre son reconocido por la labor que realizan. Esto se fundamenta con lo extraído del artículo de López (2023) *Que es el reconocimiento laboral* define el como el proceso mediante el cual una organización expresa su apreciación por los logros y el buen desempeño de sus empleados. Este reconocimiento puede ser formal, a través de premios y menciones honoríficas, o informal, a través de elogios y agradecimientos, y es un factor clave para mantener la motivación y el compromiso de los trabajadores. Según el autor, el reconocimiento adecuado refuerza los comportamientos positivos y mejora el clima organizacional. Esto demuestra que el reconocimiento laboral en las empresas de transporte es esencial para mejorar el compromiso y la eficiencia de los trabajadores, especialmente en un sector donde las jornadas pueden ser largas y las condiciones demandantes. En su estudio, señalan que las empresas que implementan sistemas de reconocimiento formal, como incentivos por puntualidad o premios al conductor del mes, logran aumentar la satisfacción y retención de empleados. Además, destacan que el reconocimiento informal, como el agradecimiento público o privado por el cumplimiento de metas, también es efectivo en mejorar el clima laboral y promover una mayor dedicación al servicio.

Considera que tiene seguridad en su empleo dentro de la empresa: El 50% de los colaboradores indicaron que solo a veces consideran que tienen seguridad en su empleo dentro de la empresa (Tabla 2). El resultado contrasta con la investigación de Huerta (2021) en su tesis *Influencia de la motivación laboral en el desempeño de los empleados en empresas de transporte en la provincia de Cañete, 2021* el 65% de los trabajadores de la provincia de cañete en el sector transporte siempre muestran seguridad para mantener el empleo. Esto se fundamenta con lo extraído por el artículo de Fernández (2022) *Que es la*

estabilidad laboral define como la percepción que tiene un empleado sobre la seguridad y continuidad de su empleo en una organización. Los autores destacan que la estabilidad laboral está vinculada con la confianza de los trabajadores en la permanencia de sus contratos y en la previsibilidad de las políticas laborales de la empresa, lo que influye directamente en su motivación y compromiso a largo plazo. Esto demuestra que la estabilidad laboral en las empresas de transporte es un factor crucial para garantizar la eficiencia operativa y el compromiso de los empleados. Dado que el sector del transporte tiende a ser altamente demandante, los trabajadores valoran la estabilidad como un motivador clave para mantenerse en sus puestos. Según los autores, las empresas de transporte que ofrecen contratos de trabajo a largo plazo, beneficios sociales y políticas claras de retención de personal logran reducir la rotación y mejorar la lealtad de sus empleados, lo que a su vez incrementa la productividad y la puntualidad en los servicios.

Las condiciones físicas y ambientales en las que trabaja son adecuadas: El 30% de los colaboradores mencionan que casi nunca las condiciones en las que trabajan son las adecuadas (Tabla 2). Esto contrasta con la investigación de Doe (2020), en su tesis *Motivación del empleado y calidad del servicio en el transporte público, 2020* el 45% de los trabajadores indican que siempre trabajan en un ambiente adecuada. Esto se fundamenta con lo extraído del libro de Ramírez (2022) *Que son las condiciones de trabajo* define como el conjunto de factores físicos, sociales y organizacionales que rodean al trabajador en su lugar de trabajo, e influyen en su bienestar y rendimiento. Esto demuestra que las condiciones de trabajo en las empresas de transporte son fundamentales para garantizar la seguridad, el bienestar y la eficiencia de los empleados, especialmente en un sector donde los trabajadores enfrentan largas jornadas y riesgos laborales específicos.

Está satisfecho/a con los beneficios sociales que recibe de la empresa: El 70% de los colaboradores señalan que solo a veces se sienten satisfecho con los beneficios sociales que recibe de la empresa (Tabla 2). El resultado coincide con la investigación de González (2021), en su tesis *La motivación laboral como factor clave para la mejora del transporte urbano, 2021* el 75% de los trabajadores indican que a veces están satisfecho con los beneficios sociales que reciben en el transporte urbano. Esto se fundamenta con lo extraído del artículo de Dessler (2022) *Que son los beneficios sociales* define como un conjunto de compensaciones no monetarias que las empresas ofrecen a sus empleados con el fin de mejorar su bienestar y calidad de vida. Estos beneficios incluyen seguro médico, planes de

pensión, vacaciones pagadas, licencias por enfermedad, y apoyo en temas de salud mental y bienestar. Esto demuestra que los beneficios sociales en las empresas de transporte juegan un papel crucial en la retención de empleados y en la mejora del clima organizacional. En un sector donde las condiciones laborales pueden ser demandantes, los trabajadores valoran especialmente beneficios como el seguro de salud integral, vacaciones pagadas, y programas de jubilación anticipada.

Cree que los incentivos ofrecidos por la empresa son justos y motivadores: El 60% de los colaboradores creen que casi nunca son justos con los incentivos que ofrecen (Tabla 2). El resultado contrasta con La investigación de Patel (2021) en su *tesis Estrategias de motivación del empleado y entrega del servicio en las empresas de transporte público, 2021* el 60% de los trabajadores mencionan que casi siempre reciben incentivos justos y motivadores. Esto se fundamenta con lo extraído del libro de Pérez (2022) *Que son los incentivos* define los incentivos como recompensas que las organizaciones ofrecen a sus empleados con el objetivo de motivar y mejorar su rendimiento. Estos incentivos pueden ser financieros, como bonificaciones o comisiones, o no financieros, como reconocimientos públicos, promociones o tiempo libre adicional. Los incentivos están diseñados para alinear los intereses de los empleados con los objetivos de la organización, fomentando un mayor compromiso y productividad. Esto demuestra que los incentivos en una empresa de transporte son esenciales para mejorar la eficiencia operativa y la motivación de los empleados. En un sector donde el trabajo suele ser exigente, los incentivos financieros, como bonificaciones por puntualidad, premios por ahorro de combustible, o comisiones por entregas cumplidas, son altamente valorados por los conductores y personal logístico.

Objetivo específico 3. Identificar las características de la atención al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024

Siente que el personal de la empresa entiende y se preocupa por sus necesidades durante el servicio: El 80% de los clientes indican que a veces sienten que la empresa se preocupa por sus necesidades (Tabla 3). El resultado contrasta con la investigación de Brown (2020) en su tesis *Mejora de la calidad del servicio en el transporte de carga: un enfoque desde la perspectiva del cliente, 2020* donde el 75% de los clientes señalaron que siempre la empresa se preocupa por sus necesidades. Esto se fundamenta con lo extraído del artículo de López (2021) *Que es la empatía* define como la habilidad del personal para entender las emociones y perspectivas del cliente, respondiendo con sensibilidad y consideración. Esta

cualidad permite generar una conexión emocional, lo que no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también incrementa su satisfacción y lealtad hacia la empresa. Esto demuestra que, en una empresa de transporte, la empatía es esencial para ofrecer un servicio que conecte emocionalmente con los clientes, ya que los pasajeros o usuarios pueden enfrentarse a situaciones estresantes, como retrasos, pérdidas de equipaje o problemas en las rutas

La empresa responde de manera rápida a sus consultas o solicitudes: El 50% de los clientes señalan que a veces la empresa responde de manera rápida a las consultas y solicitudes (Tabla 3). El resultado contrasta con la investigación de Martínez (2021) en su tesis *Factores que influyen en la calidad del servicio en el transporte de carga en Latinoamérica, 2021* el 56% de los clientes indicaron que casi siempre la empresa responde de manera eficaz sus consultas. Esto se fundamenta con lo extraído del libro de González (2022) *Que es el tiempo de respuesta* define como el lapso de tiempo que transcurre desde que un cliente realiza una consulta o plantea un problema hasta que recibe una respuesta o solución por parte de la empresa. Un tiempo de respuesta rápido es crucial para mantener la satisfacción del cliente y garantizar un servicio eficiente. Esto demuestra que en una empresa de transporte, el tiempo de respuesta es fundamental para resolver rápidamente incidencias como retrasos, cambios en las rutas, pérdida de equipaje o problemas con la carga.

Considera que la empresa resuelve adecuadamente sus quejas o reclamos: El 60% de los clientes indican que solo a veces resuelven sus quejas y reclamos (Tabla 3). El resultado contrasta con la investigación de Mendoza (2020) en su tesis *Análisis de los factores que influyen en la calidad del servicio de transporte de carga en el corredor logístico Callao-Lima, 2020* el 65% de los clientes señalaron que casi nunca la empresa resuelve adecuadamente sus quejas. Esto se fundamenta con lo extraído del libro de Gomes (2022) *Que son las quejas y reclamos* define como expresiones de insatisfacción por parte de los clientes cuando el servicio o producto recibido no cumple con sus expectativas o estándares establecidos. Estos reclamos proporcionan una oportunidad valiosa para las empresas de corregir errores, mejorar sus procesos y fortalecer la relación con los clientes si se gestionan adecuadamente. Esto demuestra que, en una empresa de transporte, las quejas y reclamos son comunes debido a factores como retrasos, pérdida de mercancía, mala atención, o problemas con las rutas y horarios, la clave para manejar eficazmente las quejas en el sector de transporte es contar con un sistema ágil y accesible para recibir y procesar

estos reclamos, seguido de una respuesta rápida y soluciones concretas. Una gestión eficiente de quejas puede transformar la insatisfacción del cliente en una oportunidad de mejora, lo que refuerza la confianza en la empresa y eleva la percepción de la calidad del servicio.

Estaría dispuesto a volver a utilizar los servicios de la empresa en el futuro: El 60% de los clientes mencionaron que solo a veces vuelven a utilizar los servicios de la empresa (Tabla 3). El resultado contrasta con la investigación de Saldaña (2021) en su tesis *Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción de los clientes del transporte de carga en la región sur del Perú, 2021* el 80% de los clientes indicaron que siempre quieren utilizar nuevamente el servicio de la empresa de transporte. Esto se fundamenta con lo extraído de Kotler (2021) *Que es la fidelidad de los clientes* define como el compromiso continuo de los consumidores hacia una empresa o marca, manifestado en su repetición de compra y la recomendación del servicio a otros. La fidelidad no solo implica satisfacción, sino también una preferencia constante por los productos o servicios de una empresa, incluso cuando existen alternativas competitivas. Esto demuestra que en una empresa de transporte, la fidelidad de los clientes se refleja en la repetición de los servicios de transporte por parte de los usuarios, así como en las recomendaciones que hacen a otros.

Objetivo específico 4. Describir las características de la satisfacción al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024

la empresa ofrece servicios en horarios y condiciones que se adaptan a sus necesidades: El 60% de los clientes afirman que a veces la empresa ofrece horarios flexibles (Tabla 4). El resultado contrasta con la investigación de Torres (2023) en su tesis *Factores que influyen en la calidad del servicio de transporte de carga en la provincia de Cañete, 2023* el 65% de los clientes mencionaron que siempre el horario de servicio se adapta a sus necesidades. Esto se fundamenta con lo extraído del artículo de Robbins (2021) *Que es la disponibilidad y flexibilidad* define como la capacidad de una organización para adaptar sus recursos, servicios y operaciones a las necesidades cambiantes de los clientes y del entorno, manteniendo la accesibilidad constante. La disponibilidad se refiere a estar accesible cuando el cliente lo requiere, mientras que la flexibilidad implica la disposición para modificar procesos o servicios en función de las circunstancias o necesidades del cliente. Esto demuestra que, en una empresa de transporte, la disponibilidad y flexibilidad son fundamentales para satisfacer las demandas de los clientes y ofrecer un servicio confiable, la disponibilidad en este sector se refiere a la capacidad de la empresa para ofrecer sus

servicios en horarios amplios y adaptables, permitiendo que los clientes accedan al transporte cuando lo necesiten.

Se siente seguro/a utilizando los servicios de la empresa: El 50% de los clientes indican que casi nunca se sienten seguros al utilizar los servicios de la empresa (Tabla 4). El resultado coincide con La investigación de Brown (2020) en su tesis *Mejora de la calidad del servicio en el transporte de carga: un enfoque desde la perspectiva del cliente, 2020* el 52% de clientes mencionaron que casi nunca se sienten seguros de la empresa de carga. Esto se fundamenta con lo extraído del artículo de Kotler (2021) *Que es la seguridad al cliente* define como el conjunto de condiciones que garantizan que el producto o servicio se entregue sin riesgos y bajo estándares de protección, generando confianza en los clientes. La seguridad es un factor clave en la experiencia del cliente, ya que influye directamente en su percepción de fiabilidad y confianza en la empresa. Esto demuestra que la seguridad en este sector se refiere a la protección de los pasajeros o las mercancías durante el traslado, asegurando que lleguen a su destino sin daños ni riesgos. Esto incluye la manutención adecuada de los vehículos, la formación constante de los conductores, y el cumplimiento de las normas de tráfico y seguridad vial. Además, para los clientes que utilizan el servicio de transporte de carga, la integridad de los bienes transportados es fundamental para su satisfacción, lo que refuerza la necesidad de contar con seguros y protocolos de seguridad que protejan las mercancías en todo momento.

La empresa cumple con los horarios y compromisos acordados en el servicio de transporte: El 50% de los clientes mencionan que solo a veces la empresa cumple con los horarios y compromisos acordados en el servicio transporte (Tabla 4). El resultado coincide con la investigación de Rodríguez (2021) en su tesis *Evaluación de la calidad del servicio de transporte público en la provincia de Cañete, 2021* donde el 55% de los encuestados indicaron que a veces la empresa cumple con los compromisos acordados. Esto se fundamenta con lo extraído del libro de Gómez (2022) *Que es la puntualidad y fiabilidad* define como dos elementos clave de la calidad del servicio, que se refieren a la capacidad de la empresa para cumplir con los tiempos acordados (puntualidad) y entregar consistentemente lo prometido (fiabilidad). La puntualidad genera confianza en los clientes, mientras que la fiabilidad asegura que las expectativas del cliente se cumplan de manera constante, lo que impacta directamente en la satisfacción. Esto demuestra que la puntualidad implica cumplir con los horarios y tiempos de entrega establecidos, lo que es crucial en el

transporte de personas y mercancías, ya que cualquier retraso puede generar insatisfacción. Por otro lado, la fiabilidad se refiere a la capacidad de la empresa para proporcionar un servicio constante y sin errores, garantizando que las mercancías lleguen en buen estado y los pasajeros lleguen a sus destinos de manera segura. Estas dos características son esenciales para generar confianza y fidelidad en los clientes, ya que minimizan los riesgos y la incertidumbre, factores críticos en la satisfacción del cliente dentro del sector de transporte

Recibe información clara y honesta sobre los servicios y condiciones ofrecidos por la empresa: El 50% de los clientes indican que a veces reciben información clara y honesta sobre los servicios y condiciones que ofrece la empresa. El resultado contrasta con la investigación de López (2022) en su tesis *Influencia de la calidad del servicio en la satisfacción del cliente en el transporte interprovincial en la provincia de Cañete, 2022* el 56% de los clientes señalaron que casi siempre reciben información clara sobre los servicios de transporte que ofrecen. Esto se fundamenta con lo extraído del artículo de López (2021) *Que es la transparencia y la comunicación* define como la capacidad de una empresa para transmitir información clara, honesta y completa a sus clientes, asegurando que estos estén plenamente informados en todo momento. La transparencia genera confianza, mientras que una comunicación efectiva permite resolver dudas y alinear expectativas, lo que es clave para la satisfacción del cliente. Esto demuestra que la transparencia implica mantener informados a los clientes sobre los horarios, rutas, costos y posibles retrasos, sin ocultar información. Esto se complementa con una comunicación efectiva, que asegura que el cliente pueda recibir actualizaciones en tiempo real sobre el estado de su viaje o el envío de mercancías. Cuando una empresa de transporte es transparente y comunica de manera clara y oportuna, los clientes confían más en el servicio, lo que contribuye directamente a su satisfacción y a una experiencia sin sorpresas ni inconvenientes.

Objetivo específico 5. Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

Nombre comercial: W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C.

2. Misión: Ser reconocidos como la opción preferida por nuestros clientes en servicios de transporte, destacando por nuestra calidad, confiabilidad y compromiso con la satisfacción del cliente, mientras nos convertimos en líderes del sector, expandiendo nuestras operaciones de manera sostenible y manteniendo nuestro compromiso con la excelencia, la integridad y la responsabilidad social

3. Visión: Somos la empresa de transporte e inversiones Taquire, confiables y seguros, que satisfacen las necesidades de nuestros clientes locales y regionales. Nos comprometemos a ofrecer soluciones eficientes y cuidadosas para el transporte de mercaderías y mudanzas, utilizando personal especializado y prácticas responsables. Trabajamos con dedicación para superar las expectativas de nuestros clientes, destacándonos por nuestra integridad, excelencia y responsabilidad social, contribuyendo al desarrollo sostenible y al bienestar de la comunidad.

4. Objetivos:

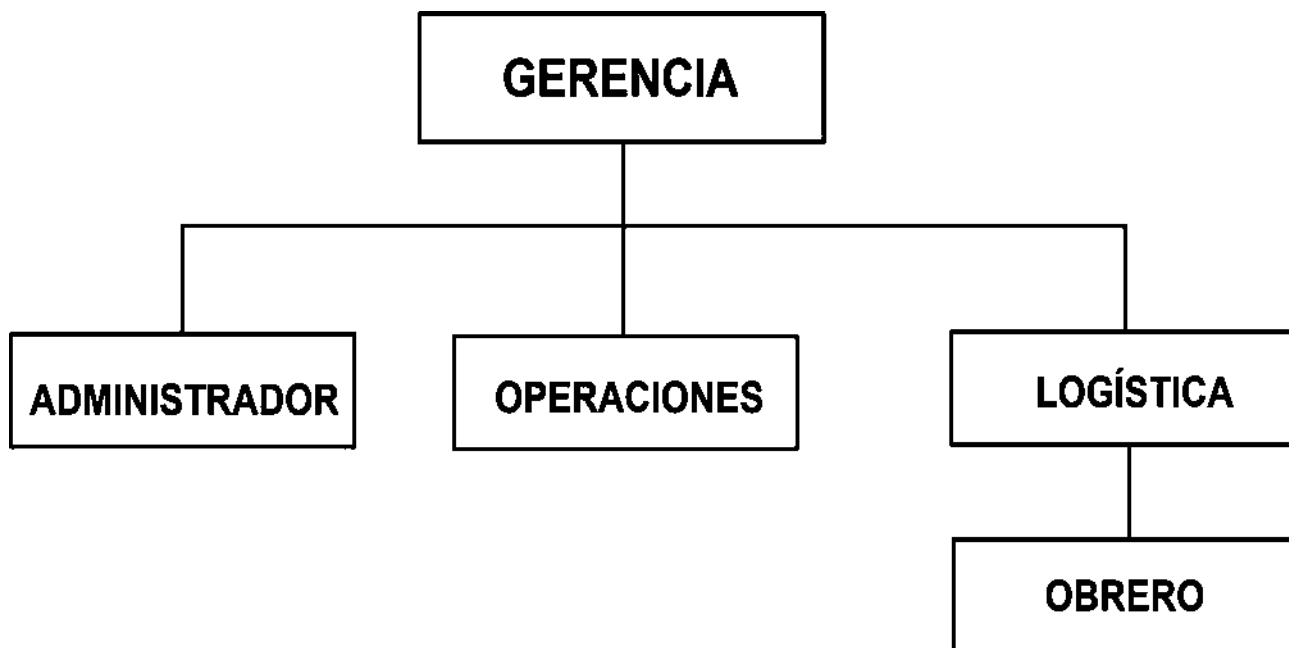
- Gestionar convenios con la empresa AVSA, ARONA Y SECTORES AGRICOLAS para firmar acuerdos que garantice la distribución constante de materia prima, sin perjudicar la calidad y entrega al destino a tiempo, que nos ayudaría como empresa expandirnos y ser reconocido como una marca de confianza y prestigio.
- Contratar el servicio de Geolocalización para instalar a las flotas de vehicular con la finalidad que los clientes hagan seguimiento del traslado de su mercadería, y tenga la confianza y seguridad del servicio.
- Realizar convenios con otras empresas de transporte, para cuando la flota de camiones esté ocupada, hacer el uso de los camiones de terceros, de esa forma satisfacer la demanda de las empresas AVSA, ARONA Y SECTORES

AGRICOLAS.

5. Productos o servicios:

Servicios de transporte de carga pesada

6. Organigrama de la empresa



6.1 Funciones.

INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO	
Nombre del puesto	Gerencia
Dependencia	
Perfil	• Título universitario en Administración de Empresas, Logística o áreas afines. • Experiencia previa en puestos directivos en el sector del transporte. • Habilidades de liderazgo y capacidad para la toma de decisiones. • Conocimiento sólido en gestión financiera y administrativa
Funciones	• Cumplir con la visión, misión y objetivos estratégicos de la empresa. • Desarrollar políticas y procedimientos para garantizar el funcionamiento eficiente de la empresa. • Supervisar y coordinar las actividades de todos los departamentos. • Representar a la empresa en negociaciones con clientes, proveedores y autoridades. • Garantizar el cumplimiento de las normativas legales y regulatorias en el sector del transporte.

INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO	
Nombre del puesto	Administrador
Dependencia	Gerencia
Perfil	• Título universitario en Administración de Empresas o áreas relacionadas. • Experiencia previa en roles administrativos, preferiblemente en el sector del transporte. • Conocimientos sólidos en gestión de recursos humanos, finanzas y logística. • Habilidades de organización, comunicación y resolución de problemas.
Funciones	• Gestionar las operaciones diarias de la empresa, incluida la administración del personal. • Supervisar las actividades de los diferentes departamentos para garantizar la eficiencia y el cumplimiento de los objetivos. • Administrar el presupuesto y los recursos financieros de la empresa. • Coordinar la logística de transporte y distribución de mercancías. • Mantener registros precisos y elaborar informes de rendimiento para la gerencia.

INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO	
Nombre del puesto	Operaciones
Dependencia	Gerencia
Perfil	• Educación secundaria completa. • Experiencia previa en trabajos relacionados con operaciones de transporte. • Capacidad para trabajar en equipo y seguir instrucciones precisas. • Conocimiento básico de las normativas de seguridad vial y de transporte.
Funciones	• Cargar y descargar mercancías de los vehículos de transporte. • Asistir en la inspección y mantenimiento de los vehículos. • Realizar entregas y recogidas de mercancías siguiendo rutas establecidas. • Colaborar en la preparación de pedidos y en el embalaje de mercancías para su transporte.

INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO	
Nombre del puesto	Logística
Dependencia	Gerencia

Perfil	• Título universitario en Logística, Ingeniería Industrial o áreas afines. • Experiencia previa en funciones logísticas, preferiblemente en el sector del transporte. • Conocimientos avanzados en gestión de inventarios, planificación de rutas y optimización de procesos. • Habilidades analíticas y capacidad para tomar decisiones basadas en datos
Funciones	• Planificar y coordinar la distribución eficiente de mercancías. • Supervisar el inventario y gestionar los niveles de stock. • Optimizar las rutas de transporte para minimizar costos y tiempos de entrega. • Coordinar con proveedores y clientes para garantizar la disponibilidad y entrega oportuna de los productos. • Analizar datos y elaborar informes para mejorar continuamente los procesos logísticos. • Implementar programas de capacitación en prácticas ambientales y de seguridad para promover la conciencia sobre sostenibilidad y cumplimiento normativo.
INFORMACIÓN GENERAL DEL PUESTO	
Nombre del puesto	Obreros
Dependencia	Logística
Perfil	• Educación primaria completa. • Experiencia previa en trabajos manuales, especialmente en áreas relacionadas con la logística y el transporte. • Capacidad para seguir instrucciones y trabajar de manera eficiente en un entorno dinámico. • Habilidad para realizar tareas físicas y trabajar en equipo. • Conocimiento básico de medidas de seguridad y manejo de equipos de carga y descarga.
Funciones	• Colaborar en la carga y descarga de mercancías según las instrucciones del equipo de logística. • Ayudar en la organización y distribución de mercancías en el almacén. • Mantener el área de trabajo limpia y ordenada para garantizar un entorno seguro. • Asistir en la preparación de pedidos y embalaje de productos para su transporte. • Participar en la inspección y mantenimiento básico de los equipos y herramientas utilizados en el proceso logístico.

7. Diagnostico general

Análisis de la Matriz FODA W.T.Q. Empresa de transporte e inversiones Taquire S.A.C	OPORTUNIDADES – O O1: Convenios con empresas agricultoras y fundos (AVSA, ARONA Y SECTORES AGRICOLAS) que nos ayude a expandir nuestros servicios a nuevas áreas geográficas. O2: Incorporación de nuevas tecnologías y talentos. O3: Uso de las redes sociales para llegar a nuevos clientes. O4: Participación en ferias.	AMENAZAS – A A1: Inseguridad desde el punto de origen al destino. A2: Conflictos políticos, económico y sociales. A3: Competencia de transporte más grande. A4: Aumento de los costos operativos.
FORTALEZAS – F F1: Prestigio de marca F2: Vehículos Propios F3: Clientes Fijos F4: Diferente capacidad de carga de vehículo.	ESTRATEGIAS – FO FO1: Gestionar convenios con la empresa AVSA, ARONA Y SECTORES AGRICOLAS para firmar acuerdos que garantice la distribución constante de materia prima, sin perjudicar la calidad y entrega al destino a tiempo, que nos ayudaría como empresa expandirnos y ser reconocido como una marca de confianza y prestigio. F1 -O1 FO2: Contratar el servicio de Geolocalización para instalar a las flotas de vehicular con la finalidad que los clientes hagan seguimiento del traslado de su mercadería, y tenga la confianza y seguridad del servicio. F2 -O2	ESTRATEGIAS – FA FA1: Contratar a un personal capacitado en tema de seguridad y monitoreo (CCTV) de los vehículos en rutas, con la finalidad de salvaguardar la integridad y seguridad del personal, del transporte y de la mercadería, como medio de respaldo y garantía de nuestra marca. F1 – A1 FA2: Desarrollar planes de contingencia con rutas alternativas en caso de bloqueos o disturbios en las vías principales. F2 – A2
DEBILIDAD – D D1: Poca unidad vehicular para satisfacer la demanda en el mercado. D2: Perfil puesto no documentado. D3: Capacidad financiera limitado para la renovación de vehículo. D4: Limitación en atender a los clientes fuera del horario.	ESTRATEGIAS – DO DO1: Realizar convenios con otras empresas de transporte, para cuando la flota de camiones esté ocupada, hacer el uso de los camiones de terceros, de esa forma satisfacer la demanda de las empresas AVSA, ARONA Y SECTORES AGRICOLAS. D1 – O1 DO2: Describir el perfil de puesto de los trabajadores para la Empresa de Transporte Taquire con la finalidad de contratar a las personas adecuadas y tengan conocimiento de las nuevas tecnologías que se pueda implementar en la empresa. D2 – O2	ESTRATEGIAS – DA DA1: Contratar vehículos para satisfacer la demanda del mercado, pero que tengan implementado el sistema de seguridad para darle seguimiento a través de CCTV, de esa forma cumplir con la seguridad del punto de origen al destino. D1 – A1 DA2: Diseñar el perfil de puesto haciendo énfasis las habilidades que deben de tener el personal para afrontar escenarios y desafíos. D2 – A2

8. Indicadores de gestión

Variables	Indicadores	Problemas encontrados	Causas del problema	Consecuencias del problema
Motivación Laboral	Satisfacción del trabajo	El 40% de los colaboradores mencionan que solo a veces se sienten satisfecho con las tareas que realizan.	Falta de variedad en las tareas asignadas.	Disminución de la productividad.
			Falta de reconocimiento o valoración de los esfuerzos y logros de los colaboradores puede reducir su satisfacción y su sentido de propósito en la empresa.	Aumento en la rotación de personal
			La carencia de oportunidades para aprender y crecer profesionalmente dentro de la empresa puede generar desmotivación y afectar la satisfacción laboral.	Disminución en la calidad del servicio
	Compromiso laboral	El 50% de los colaboradores mencionan que solo a veces se sienten comprometido en cumplir los objetivos de la empresa.	Falta de claridad en los objetivos	Reducción en la productividad
			Bajo desempeño en el logro de objetivos	Alta percepción negativa del personal
			Aumento en la rotación de personal	Impacto negativo en los resultados operativos y estratégicos
	Mejora continua	El 50% de los colaboradores mencionan que solo a veces buscan mejorar continuamente para obtener mejores resultados.	Falta de incentivos para el desarrollo profesional	Estancamiento en la productividad
			Ausencia de una cultura de mejora continua	Desventaja competitiva
			Escasez de recursos o tiempo para capacitación	Disminución en la calidad del servicio
	Innovación	El 50% de los colaboradores mencionan que solo a veces les gusta proponer nuevas ideas para hacer las tareas en el trabajo.	Falta de un ambiente de apoyo para la innovación	Estancamiento en los procesos de trabajo
			Escasas oportunidades de participación	Menor adaptabilidad al cambio

			Temor al fracaso o a la crítica	Baja motivación y satisfacción laboral
	Estabilidad laboral	El 50% de los colaboradores expresan que solo a veces tienen seguridad de empleo en la empresa.	Falta de contratos laborales a largo plazo	Baja motivación y compromiso
			Escasa comunicación sobre la estabilidad financiera de la empresa	Aumento en la rotación de personal
			Inestabilidad en la demanda de trabajo	Reducción en la calidad del servicio.
	Beneficios sociales	El 70% de los colaboradores mencionan que solo a veces están satisfechos con los beneficios sociales que la empresa brinda.	Limitada variedad de beneficios	Disminución en la motivación y el compromiso
			Falta de comunicación sobre los beneficios existentes	Aumento en la rotación de personal
			Escasa personalización de los beneficios	Impacto negativo en la reputación de la empresa
	Incentivo	El 60% de los colaboradores afirman que casi nunca los incentivos ofrecidos por la empresa son justos.	Criterios de incentivo poco claros o inconsistentes	Disminución en la motivación y el desempeño
			Desigualdad en la distribución de incentivos	Aumento en el conflicto y la insatisfacción laboral
			Incentivos limitados o no alineados con el esfuerzo y resultados	Incremento en la rotación de personal
Calidad de servicio	Empatía	el 80% de los clientes indican que a veces sienten que la empresa se preocupa por sus necesidades	Falta de capacitación en atención al cliente	Aumento en las quejas y reclamaciones
			Procesos rígidos y poco flexibles	Aumento en las quejas y reclamaciones
			Comunicación insuficiente	Disminución en la satisfacción general del cliente
	Tiempo de respuesta	El 50% de los clientes mencionan que a veces la empresa responde de manera rápida a las consultas y solicitudes.	Falta de personal en atención al cliente	Disminución de la satisfacción del cliente
			Procesos de atención no optimizados	Reducción en la lealtad del cliente
			Falta de herramientas tecnológicas adecuadas	Aumento en las quejas y reclamaciones
	Quejas y Reclamos	El 60% de los clientes indican que solo a veces resuelven sus quejas y reclamos.	Falta de un proceso estandarizado para gestionar quejas y reclamos	Disminución de la satisfacción y confianza del cliente
			Escasa capacitación del personal en resolución de conflictos	Aumento en la rotación de clientes

			Falta de seguimiento y cierre de casos	Impacto negativo en la reputación de la empresa
Fidelidad de clientes	El 60% de los clientes menciona que solo a veces vuelven a utilizar los servicios de la empresa.		Falta de un programa de fidelización	Disminución en los ingresos a largo plazo
			Calidad inconsistente en el servicio	Incremento en los costos de adquisición de clientes
			Escasa comunicación post-servicio	Debilitamiento de la reputación de la empresa
Disponibilidad y Flexibilidad	El 60% de los clientes afirman que a veces la empresa ofrece horarios flexibles.		Horarios operativos rígidos	Pérdida de clientes potenciales
			Falta de personal en ciertos turnos	Disminución de la satisfacción del cliente
			Ausencia de opciones de reserva o atención personalizada	Reducción de la competitividad en el mercado
Seguridad	El 50% de los clientes indican que casi nunca se sienten seguros al utilizar los servicios de la empresa.		Falta de medidas visibles de seguridad	Pérdida de clientes
			Deficiente mantenimiento de instalaciones o equipos	Impacto negativo en la reputación de la empresa
			Comunicación insuficiente sobre protocolos de seguridad	Reducción en la frecuencia de uso del servicio
Puntualidad y Fiabilidad	El 50% de los clientes mencionan que solo a veces la empresa cumple con los horarios y compromisos acordados en el servicio transporte.		Problemas de logística y planificación	Disminución de la satisfacción del cliente
			Falta de mantenimiento regular de vehículos	Pérdida de clientes
			Escasez de personal o falta de capacitación	Deterioro de la reputación de la empresa
Transparencia y comunicación	El 50% de los clientes indican que a veces reciben información clara y honesta sobre los servicios y condiciones que ofrece la empresa.		Información limitada en los canales de comunicación	Disminución de la confianza del cliente
			Falta de capacitación en comunicación para el personal	Aumento de quejas y reclamaciones
			Ausencia de protocolos de comunicación estandarizados	Reducción de la lealtad del cliente

9. Problemas

Problemas encontrados	Causas del problema
El 40% de los colaboradores mencionan que solo a veces se sienten satisfecho con las tareas que realizan.	Falta de variedad en las tareas asignadas
	falta de reconocimiento o valoración de los esfuerzos y logros de los colaboradores puede reducir su satisfacción y su sentido de propósito en la empresa.
	La carencia de oportunidades para aprender y crecer profesionalmente dentro de la empresa puede generar desmotivación y afectar la satisfacción laboral.
El 50% de los colaboradores mencionan que solo a veces se sienten comprometido en cumplir los objetivos de la empresa.	Falta de claridad en los objetivos
	Bajo desempeño en el logro de objetivos
	Aumento en la rotación de personal
El 50% de los colaboradores mencionan que solo a veces buscan mejorar continuamente para obtener mejores resultados.	Falta de incentivos para el desarrollo profesional
	Ausencia de una cultura de mejora continua
	Escasez de recursos o tiempo para capacitación
El 50% de los colaboradores mencionan que solo a veces les gusta proponer nuevas ideas para hacer las tareas en el trabajo.	Falta de un ambiente de apoyo para la innovación
	Escasas oportunidades de participación
	Temor al fracaso o a la crítica
El 50% de los colaboradores expresan que solo a veces tienen seguridad de empleo en la empresa.	Falta de contratos laborales a largo plazo
	Escasa comunicación sobre la estabilidad financiera de la empresa
	Inestabilidad en la demanda de trabajo
El 70% de los colaboradores mencionan que solo a veces están satisfechos con los beneficios sociales que la empresa brinda.	Limitada variedad de beneficios
	Falta de comunicación sobre los beneficios existentes
	Escasa personalización de los beneficios
El 60% de los colaboradores afirman que casi nunca los incentivos ofrecidos por la empresa son justos.	Criterios de incentivo poco claros o inconsistentes
	Desigualdad en la distribución de incentivos
	Incentivos limitados o no alineados con el esfuerzo y resultados
el 80% de los clientes indican que a veces sienten que la empresa se preocupa por sus necesidades	Falta de capacitación en atención al cliente
	Procesos rígidos y poco flexibles
	Comunicación insuficiente
El 50% de los clientes mencionan que a veces la empresa responde de manera rápida a las consultas y solicitudes.	Falta de personal en atención al cliente
	Procesos de atención no optimizados
	Falta de herramientas tecnológicas adecuadas
El 60% de los clientes indican que solo a veces resuelven sus quejas y reclamos.	Falta de un proceso estandarizado para gestionar quejas y reclamos
	Escasa capacitación del personal en resolución de conflictos
	Falta de seguimiento y cierre de casos
El 60% de los clientes menciona que solo a veces vuelven a utilizar los servicios de la empresa.	Falta de un programa de fidelización
	Calidad inconsistente en el servicio
	Escasa comunicación post-servicio
El 60% de los clientes afirman que a veces la empresa ofrece horarios flexibles.	Horarios operativos rígidos
	Falta de personal en ciertos turnos
	Ausencia de opciones de reserva o atención personalizada
El 50% de los clientes indican que casi nunca se sienten seguros al utilizar los servicios de la empresa.	Falta de medidas visibles de seguridad
	Deficiente mantenimiento de instalaciones o equipos
	Comunicación insuficiente sobre protocolos de seguridad

El 50% de los clientes mencionan que solo a veces la empresa cumple con los horarios y compromisos acordados en el servicio transporte.	Problemas de logística y planificación
	Falta de mantenimiento regular de vehículos
	Escasez de personal o falta de capacitación
El 50% de los clientes indican que a veces reciben información clara y honesta sobre los servicios y condiciones que ofrece la empresa.	Información limitada en los canales de comunicación
	Falta de capacitación en comunicación para el personal
	Ausencia de protocolos de comunicación estandarizados

10. Establecer soluciones

Variables	Indicadores	Problemas encontrados	Acción de mejora
Motivación Laboral	Satisfacción del trabajo	El 40% de los colaboradores mencionan que solo a veces se sienten satisfecho con las tareas que realizan.	Implementar un sistema de reconocimiento y recompensas: Establecer un programa que reconozca el buen desempeño y los logros de los colaboradores de forma regular, ya sea a través de incentivos, menciones o bonificaciones, para aumentar la motivación y el compromiso.
			Crear oportunidades de desarrollo profesional: Ofrecer capacitaciones, talleres o programas de aprendizaje que permitan a los colaboradores desarrollar nuevas habilidades y crecer dentro de la empresa, lo cual puede incrementar su satisfacción y sentido de propósito.
			Rotación de tareas y enriquecimiento de roles: Permitir que los colaboradores participen en diferentes tareas o proyectos ocasionales para añadir variedad a su trabajo diario, ayudándolos a mantenerse motivados y comprometidos con sus actividades.
	Compromiso laboral	El 50% de los colaboradores mencionan que solo a veces se sienten comprometido en cumplir los objetivos de la empresa.	Establecer objetivos claros y alcanzables: Definir metas específicas y comunicarlas de manera que cada colaborador entienda cómo sus esfuerzos contribuyen al éxito general de la empresa.
			Fomentar la alineación de valores y el sentido de pertenencia: Organizar actividades que refuercen los valores de la empresa y que permitan a los colaboradores encontrar puntos en común entre sus valores personales y los de la organización, fortaleciendo su sentido de pertenencia.
			Implementar un sistema de retroalimentación continua: Establecer reuniones periódicas para brindar retroalimentación constructiva y reconocer los logros de los colaboradores. Esto no solo incrementará su compromiso, sino que también mejorará la comunicación y la motivación en el equipo.
	Mejora continua	El 50% de los colaboradores mencionan que solo a veces buscan mejorar continuamente para obtener mejores resultados.	Implementar programas de capacitación regular: Ofrecer capacitaciones y talleres periódicos que ayuden a los colaboradores a adquirir nuevas habilidades y mejorar en sus áreas de trabajo.
			Establecer un sistema de reconocimiento por mejoras e innovación: Crear un programa de reconocimiento que premie a los colaboradores que demuestren esfuerzos por mejorar sus resultados o por implementar ideas innovadoras en su trabajo.
			Facilitar acceso a recursos y herramientas de trabajo: Asegurar que los colaboradores dispongan de los recursos y el tiempo necesario para perfeccionar sus habilidades y optimizar sus tareas. Esto incluye herramientas de trabajo adecuadas, apoyo en la gestión de tiempo y acceso a información que facilite la innovación en sus funciones diarias.

	Innovación	El 50% de los colaboradores mencionan que solo a veces les gusta proponer nuevas ideas para hacer las tareas en el trabajo.	Crear un espacio para compartir ideas: Implementar reuniones periódicas o un canal digital donde los colaboradores puedan proponer ideas libremente. Establecer un programa de incentivos para la innovación: Ofrecer reconocimientos o recompensas a las ideas implementadas que mejoren los procesos o resultados de la empresa. Fomentar una cultura de aprendizaje y experimentación: Promover un ambiente donde se valore el aprendizaje a través de intentos y errores, apoyando a los colaboradores a probar nuevas ideas sin miedo a críticas.
	Estabilidad laboral	El 50% de los colaboradores expresan que solo a veces tienen seguridad de empleo en la empresa.	Establecer contratos laborales claros y a largo plazo: Ofrecer contratos que brinden mayor estabilidad a los colaboradores y explicar de manera transparente las condiciones de su empleo. Comunicar regularmente el estado financiero y metas de la empresa: Informar a los colaboradores sobre la situación y proyecciones financieras de la empresa les permitirá comprender el panorama y tener mayor confianza en la estabilidad de sus puestos de trabajo. Implementar una política de retención de talento: Crear programas de retención que incluyan incentivos para los colaboradores con buen desempeño y oportunidades de crecimiento profesional, lo cual les brindará un mayor sentido de estabilidad y pertenencia en la empresa.
	Beneficios sociales	El 70% de los colaboradores mencionan que solo a veces están satisfechos con los beneficios sociales que la empresa brinda.	Ampliar y diversificar los beneficios sociales: Revisar y mejorar la oferta de beneficios para incluir opciones como seguros de salud adicionales, días libres flexibles, programas de bienestar y apoyo educativo, adaptados a las necesidades de los colaboradores. Comunicar de manera clara y periódica los beneficios disponibles: Realizar sesiones informativas y enviar comunicaciones regulares sobre los beneficios a los que los colaboradores tienen acceso, para que comprendan plenamente el valor de los mismos Personalizar los beneficios según las necesidades de los colaboradores: Ofrecer opciones flexibles de beneficios que permitan a los colaboradores elegir aquellos que mejor se ajusten a su etapa de vida y necesidades personales, como planes de ahorro, horarios flexibles o programas de salud y bienestar.
	Incentivo	El 60% de los colaboradores afirman que casi nunca los incentivos ofrecidos por la empresa son justos.	Establecer criterios claros y objetivos para los incentivos: Definir y comunicar los criterios específicos y medibles para recibir incentivos, asegurando que estén alineados con el desempeño y logros de cada colaborador. Realizar una revisión y ajuste en la distribución de incentivos: Evaluar los incentivos actuales y ajustar su distribución para que sean equitativos y reflejen el esfuerzo de todos los colaboradores, eliminando cualquier percepción de favoritismo

			Implementar un sistema de retroalimentación sobre los incentivos: Permitir que los colaboradores compartan sus opiniones y sugerencias sobre los incentivos ofrecidos, utilizando esta retroalimentación para mejorar el sistema de compensación y ajustarlo a las expectativas del equipo.
Calidad de servicio	Empatía	el 80% de los clientes indican que a veces sienten que la empresa se preocupa por sus necesidades	Capacitar al personal en habilidades de empatía y atención al cliente: Implementar programas de formación en atención al cliente que incluyan técnicas de escucha activa, empatía y resolución de problemas para que los colaboradores respondan de manera efectiva y personalizada a las necesidades de los clientes.
			Flexibilizar políticas y procedimientos: Revisar y adaptar los procesos internos para permitir un mayor grado de personalización en la atención al cliente, dándoles a los colaboradores la autonomía necesaria para adaptarse a situaciones específicas y atender mejor las demandas de los clientes
			Implementar una comunicación proactiva con los clientes: Establecer canales de comunicación donde los clientes puedan expresar sus necesidades y expectativas de manera regular, como encuestas de satisfacción o espacios de retroalimentación, lo que permitirá a la empresa anticiparse a sus demandas y responder con mayor empatía.
	Tiempo de respuesta	El 50% de los clientes mencionan que a veces la empresa responde de manera rápida a las consultas y solicitudes.	Incrementar el personal en el área de atención al cliente: Contratar personal adicional o reubicar colaboradores en épocas de alta demanda para asegurar que haya suficientes recursos para gestionar las consultas de manera rápida y eficiente
			Optimizar y simplificar los procesos de atención: Revisar y mejorar los procedimientos para gestionar solicitudes, eliminando pasos innecesarios y burocráticos, lo que permitirá a los colaboradores responder de forma más ágil a las consultas de los clientes.
			Implementar herramientas tecnológicas de gestión de consultas: Incorporar un sistema de gestión de tickets o software especializado en atención al cliente que permita organizar, priorizar y dar seguimiento a las solicitudes de manera eficiente, mejorando así el tiempo de respuesta y la calidad del servicio.
	Quejas y Reclamos	El 60% de los clientes indican que solo a veces resuelven sus quejas y reclamos.	Implementar un proceso estandarizado para la gestión de quejas y reclamos: Diseñar y documentar un procedimiento claro que incluya pasos específicos para recibir, evaluar, resolver y dar seguimiento a las quejas, asegurando que todas se gestionen de manera rápida y uniforme
			Capacitar al personal en resolución de conflictos y atención al cliente: Ofrecer formación en habilidades de resolución de conflictos, escucha activa y empatía, brindando a los colaboradores las herramientas necesarias para manejar las quejas de forma profesional y eficaz.
			Establecer un sistema de seguimiento de quejas y reclamos: Implementar una herramienta o sistema que permita registrar y hacer seguimiento de cada queja o reclamo hasta su resolución, garantizando que cada

			caso se gestione completamente y que el cliente reciba una respuesta final
Fidelidad de clientes	El 60% de los clientes menciona que solo a veces vuelven a utilizar los servicios de la empresa.	Desarrollar un programa de fidelización: Implementar un programa que ofrezca beneficios exclusivos, descuentos o recompensas para clientes frecuentes. Esto incentivará a los clientes a regresar y fortalecerá su lealtad hacia la empresa	Asegurar una calidad constante en el servicio: Establecer y mantener estándares de calidad en cada interacción con el cliente para garantizar que la experiencia sea positiva y consistente, aumentando así la satisfacción y la probabilidad de retorno
			Implementar comunicación post-servicio: Enviar mensajes de agradecimiento, encuestas de satisfacción o promociones especiales después de cada servicio para mantener el contacto con los clientes y demostrar que su preferencia es valorada, lo que ayuda a construir una relación duradera
Disponibilidad y Flexibilidad	El 60% de los clientes afirman que a veces la empresa ofrece horarios flexibles.	Ampliar los horarios de atención: Evaluar la posibilidad de extender los horarios operativos o abrir en horarios no convencionales (fines de semana o noches) según la demanda, para facilitar el acceso de los clientes al servicio	Implementar un sistema de turnos flexibles para el personal: Organizar turnos de trabajo que cubran distintas franjas horarias sin afectar la calidad del servicio, lo que permitirá mantener una mayor disponibilidad de atención sin sobrecargar al equipo.
			Ofrecer opciones de reserva y atención personalizada: Incorporar sistemas de reserva en línea o telefónica que permitan a los clientes agendar servicios en horarios específicos, brindándoles mayor comodidad y adaptabilidad según sus necesidades.
Seguridad	El 50% de los clientes indican que casi nunca se sienten seguros al utilizar los servicios de la empresa.	Implementar y mostrar medidas visibles de seguridad: Colocar cámaras de seguridad, contar con personal de vigilancia o señalizar las áreas seguras para que los clientes perciban un entorno protegido y seguro al utilizar los servicios.	Realizar un mantenimiento regular de instalaciones y equipos: Asegurar que todas las instalaciones y equipos estén en buen estado mediante revisiones periódicas y reparaciones necesarias, de modo que los clientes perciban que la empresa prioriza su seguridad.
			Comunicar de manera proactiva los protocolos de seguridad: Informar a los clientes sobre las medidas de seguridad implementadas, ya sea mediante señalización en el lugar, mensajes de bienvenida o a través de los canales de comunicación de la empresa, para que conozcan los esfuerzos realizados en su protección.
Puntualidad y Fiabilidad	El 50% de los clientes mencionan que solo a veces la empresa cumple	Optimizar la planificación de rutas y horarios: Implementar un sistema de gestión de rutas que permita organizar y optimizar las rutas de transporte, ajustando los horarios para evitar demoras y cumplir con los compromisos establecidos.	

		con los horarios y compromisos acordados en el servicio transporte.	Realizar mantenimiento preventivo y regular de los vehículos: Establecer un programa de mantenimiento preventivo para los vehículos, asegurando que estén en buen estado y minimizando la probabilidad de fallos que puedan causar retrasos.
			Capacitar al personal en gestión del tiempo y resolución de imprevistos: Ofrecer formación a los conductores y coordinadores en técnicas de gestión del tiempo y resolución de problemas, para que puedan reaccionar de manera efectiva ante situaciones inesperadas y minimizar retrasos.
	Transparencia y comunicación	El 50% de los clientes indican que a veces reciben información clara y honesta sobre los servicios y condiciones que ofrece la empresa.	Actualizar y ampliar la información en los canales de comunicación: Proporcionar detalles claros y completos sobre los servicios y condiciones en la página web, redes sociales y otros canales, asegurando que los clientes tengan fácil acceso a la información relevante.
			Capacitar al personal en habilidades de comunicación: Ofrecer formación específica en comunicación efectiva, escucha activa y claridad al transmitir información, para que el personal pueda explicar los servicios y condiciones de manera honesta y comprensible.
			Establecer protocolos de comunicación estandarizados: Implementar un protocolo que estandarice cómo se comunica la información clave sobre servicios y condiciones a los clientes, asegurando que todos reciban el mismo mensaje claro y transparente, sin inconsistencias.

11. Recursos para la implantación de estrategias

N°	Estrategias	Humanos	Tecnológico	Económico
1	Implementar un sistema de reconocimiento y recompensas: Establecer un programa que reconozca el buen desempeño y los logros de los colaboradores de forma regular, ya sea a través de incentivos, menciones o bonificaciones, para aumentar la motivación y el compromiso.	Administración	Computadora, Tablet, un software como Google Forms o Microsoft Forms para encuestas en tiempo real	S/ 150.00
	Crear oportunidades de desarrollo profesional: Ofrecer capacitaciones, talleres o programas de aprendizaje que permitan a los colaboradores desarrollar nuevas habilidades y crecer dentro de la empresa, lo cual puede incrementar su satisfacción y sentido de propósito.		Computadora, tablet y software como Microsoft Teams, Slack o Zoom para realizar reuniones mensuales y gestionar canales de comunicación en tiempo real entre supervisores y la junta directiva.	S/ 150.00
	Rotación de tareas y enriquecimiento de roles: Permitir que los colaboradores participen en diferentes tareas o proyectos ocasionales para añadir variedad a su trabajo diario, ayudándolos a mantenerse motivados y comprometidos con sus actividades.		Computadora, tablet y plataformas de gestión de aprendizaje como Moodle o Google Classroom para estructurar y administrar cursos.	S/ 200.00
2	Establecer objetivos claros y alcanzables: Definir metas específicas y comunicarlas de manera que cada colaborador entienda cómo sus esfuerzos contribuyen al éxito general de la empresa.	Administración	Computadora, tablet y un software de gestión de desempeño como BambooHR o Zoho People para definir y estandarizar los criterios	S/ 200.00
	Fomentar la alineación de valores y el sentido de pertenencia: Organizar actividades que refuercen los valores de la empresa y que permitan a los colaboradores encontrar puntos en común entre sus valores personales y los de la organización, fortaleciendo su sentido de pertenencia.		Computadora, calendario compartido en Google Calendar o Outlook para programar revisiones semestrales y alertas automáticas.	S/ 250.00
	Implementar un sistema de retroalimentación continua: Establecer reuniones periódicas para brindar retroalimentación constructiva y reconocer los logros de los colaboradores. Esto no solo incrementará su compromiso, sino que también mejorará la comunicación y la motivación en el equipo.		Computadora, tablet y plataformas de videoconferencia como Microsoft Teams o Zoom para las reuniones trimestrales.	S/ 300.00

3	Implementar programas de capacitación regular: Ofrecer capacitaciones y talleres periódicos que ayuden a los colaboradores a adquirir nuevas habilidades y mejorar en sus áreas de trabajo.	Administración	Computadora, tablet y plataformas como Google Forms o Microsoft Forms para aplicar encuestas en tiempo real	S/ 300.00
	Establecer un sistema de reconocimiento por mejoras e innovación: Crear un programa de reconocimiento que premie a los colaboradores que demuestren esfuerzos por mejorar sus resultados o por implementar ideas innovadoras en su trabajo.		Computadora, tablet y aplicaciones de gestión colaborativa como Slack o Microsoft Teams para facilitar la comunicación entre supervisores y el equipo de formación.	S/ 250.00
	Facilitar acceso a recursos y herramientas de trabajo: Asegurar que los colaboradores dispongan de los recursos y el tiempo necesario para perfeccionar sus habilidades y optimizar sus tareas. Esto incluye herramientas de trabajo adecuadas, apoyo en la gestión de tiempo y acceso a información que facilite la innovación en sus funciones diarias.		Computadora, calendario compartido en Google Calendar o Outlook para programar revisiones anuales.	S/ 200.00
4	Crear un espacio para compartir ideas: Implementar reuniones periódicas o un canal digital donde los colaboradores puedan proponer ideas libremente.	Administración	Computadora y plataformas como BambooHR o Zoho People para diseñar y estandarizar los criterios de evaluación.	S/ 200.00
	Establecer un programa de incentivos para la innovación: Ofrecer reconocimientos o recompensas a las ideas implementadas que mejoren los procesos o resultados de la empresa.		Computadora, tablet y uso de calendarios compartidos en Google Calendar o Outlook para programar reuniones de seguimiento.	S/ 250.00
	Fomentar una cultura de aprendizaje y experimentación: Promover un ambiente donde se valore el aprendizaje a través de intentos y errores, apoyando a los colaboradores a probar nuevas ideas sin miedo a críticas.		Computadora y plataformas de videoconferencia como Microsoft Teams o Zoom para realizar reuniones trimestrales entre administración y supervisores.	S/ 300.00
5	Establecer contratos laborales claros y a largo plazo: Ofrecer contratos que brinden mayor estabilidad a los colaboradores y explicar de manera transparente las condiciones de su empleo.	Supervisor	computadora, tablet y herramientas como Google Sheets o Excel para elaborar cronogramas detallados de distribución.	S/. 300.00

	Comunicar regularmente el estado financiero y metas de la empresa: Informar a los colaboradores sobre la situación y proyecciones financieras de la empresa les permitirá comprender el panorama y tener mayor confianza en la estabilidad de sus puestos de trabajo.		computadora, tablet encuestas al final de cada capacitación usando Google Forms, Microsoft Forms o SurveyMonkey.	S/ 250.00
	Implementar una política de retención de talento: Crear programas de retención que incluyan incentivos para los colaboradores con buen desempeño y oportunidades de crecimiento profesional, lo cual les brindará un mayor sentido de estabilidad y pertenencia en la empresa.		computadora, tablet y herramientas Trello, Asana o Monday.com para monitorear los indicadores de desempeño.	S/ 200.00
6	Ampliar y diversificar los beneficios sociales: Revisar y mejorar la oferta de beneficios para incluir opciones como seguros de salud adicionales, días libres flexibles, programas de bienestar y apoyo educativo, adaptados a las necesidades de los colaboradores.	Supervisor	computadora y plataformas de evaluación como Google Forms, Quizizz o Kahoot para diseñar pruebas personalizadas en función de los objetivos específicos de cada capacitación	S/ 250.00
	Comunicar de manera clara y periódica los beneficios disponibles: Realizar sesiones informativas y enviar comunicaciones regulares sobre los beneficios a los que los colaboradores tienen acceso, para que comprendan plenamente el valor de los mismos		computadora, tablet y programas de Moodle o Google Classroom.	S/ 300.00
	Personalizar los beneficios según las necesidades de los colaboradores: Ofrecer opciones flexibles de beneficios que permitan a los colaboradores elegir aquellos que mejor se ajusten a su etapa de vida y necesidades personales, como planes de ahorro, horarios flexibles o programas de salud y bienestar.		plataformas como Microsoft Teams, Zoom, o herramientas de gestión de desempeño como BambooHR para brindar informes personalizados a cada colaborador, entregando sus resultados y recomendaciones específicas para mejorar.	S/ 200.00
7	Establecer criterios claros y objetivos para los incentivos: Definir y comunicar los criterios específicos y medibles para recibir incentivos, asegurando que estén alineados con el desempeño y logros de cada colaborador.	Administración	Google Forms, Microsoft Forms o SurveyMonkey para crear encuestas de retroalimentación al finalizar las capacitaciones	S/ 200.00
	Realizar una revisión y ajuste en la distribución de incentivos: Evaluar los incentivos actuales y ajustar su distribución para que sean equitativos y		herramientas como BambooHR o Zoho People para definir e integrar	S/ 250.00

	reflejen el esfuerzo de todos los colaboradores, eliminando cualquier percepción de favoritismo		indicadores específicos de desempeño	
	Implementar un sistema de retroalimentación sobre los incentivos: Permitir que los colaboradores compartan sus opiniones y sugerencias sobre los incentivos ofrecidos, utilizando esta retroalimentación para mejorar el sistema de compensación y ajustarlo a las expectativas del equipo.		plataformas como Moodle o Google Classroom para diseñar evaluaciones basadas en tareas prácticas del área de seguridad y mantenimiento	S/ 300.00
8	Capacitar al personal en habilidades de empatía y atención al cliente: Implementar programas de formación en atención al cliente que incluyan técnicas de escucha activa, empatía y resolución de problemas para que los colaboradores respondan de manera efectiva y personalizada a las necesidades de los clientes.	Administración	computadora, tablet y herramientas como Google Docs, Microsoft Word o Notion para desarrollar planes de capacitación	S/ 250.00
	Flexibilizar políticas y procedimientos: Revisar y adaptar los procesos internos para permitir un mayor grado de personalización en la atención al cliente, dándoles a los colaboradores la autonomía necesaria para adaptarse a situaciones específicas y atender mejor las demandas de los clientes		Microsoft PowerPoint, Google Slides o Canva para preparar presentaciones claras al inicio de cada sesión	S/ 300.00
	Implementar una comunicación proactiva con los clientes: Establecer canales de comunicación donde los clientes puedan expresar sus necesidades y expectativas de manera regular, como encuestas de satisfacción o espacios de retroalimentación, lo que permitirá a la empresa anticiparse a sus demandas y responder con mayor empatía.		Google Forms, Microsoft Forms o Kahoot para mediciones rápidas durante y después de las sesiones.	S/ 200.00
9	Incrementar el personal en el área de atención al cliente: Contratar personal adicional o reubicar colaboradores en épocas de alta demanda para asegurar que haya suficientes recursos para gestionar las consultas de manera rápida y eficiente	Administración	Google Forms o Microsoft Forms para realizar encuestas y recopilar datos del personal de seguridad y mantenimiento	S/ 250.00
	Optimizar y simplificar los procesos de atención: Revisar y mejorar los procedimientos para gestionar solicitudes, eliminando pasos innecesarios y burocráticos, lo que permitirá a los colaboradores responder de forma más ágil a las consultas de los clientes.		computadora, Tablet y herramientas de simulación y colaboración en línea como Kahoot, Miro, o Mursion para desarrollar juegos de rol y estudios de caso	S/ 300.00
	Implementar herramientas tecnológicas de gestión de consultas: Incorporar un sistema de gestión de tickets o software especializado en atención al cliente que permita organizar, priorizar y dar seguimiento a las solicitudes de manera eficiente,		computadora, tablet y programas como Google Calendar o Outlook, enviando recordatorios automáticos a los	S/ 200.00

	mejorando así el tiempo de respuesta y la calidad del servicio.		participantes. Usar Microsoft Teams o Slack	
10	Implementar un proceso estandarizado para la gestión de quejas y reclamos: Diseñar y documentar un procedimiento claro que incluya pasos específicos para recibir, evaluar, resolver y dar seguimiento a las quejas, asegurando que todas se gestionen de manera rápida y uniforme	Supervisor	Trello, Asana o Microsoft Planner para crear un sistema de asignación de tareas con instrucciones detalladas y plazos claros.	S/ 300.00
	Capacitar al personal en resolución de conflictos y atención al cliente: Ofrecer formación en habilidades de resolución de conflictos, escucha activa y empatía, brindando a los colaboradores las herramientas necesarias para manejar las quejas de forma profesional y eficaz.		Google Calendar o Outlook, con recordatorios automáticos para los asistentes	S/ 200.00
	Establecer un sistema de seguimiento de quejas y reclamos: Implementar una herramienta o sistema que permita registrar y hacer seguimiento de cada queja o reclamo hasta su resolución, garantizando que cada caso se gestione completamente y que el cliente reciba una respuesta final		Google Sheets, Microsoft Excel, o herramientas más avanzadas como Zoho Inventory o Odoo para gestionar los recursos disponibles	S/ 250.00
11	Desarrollar un programa de fidelización: Implementar un programa que ofrezca beneficios exclusivos, descuentos o recompensas para clientes frecuentes. Esto incentivará a los clientes a regresar y fortalecerá su lealtad hacia la empresa	Junta Directiva	computadora, tablet y programas como Google Docs, Microsoft Word, o Notion	S/ 250.00
	Asegurar una calidad constante en el servicio: Establecer y mantener estándares de calidad en cada interacción con el cliente para garantizar que la experiencia sea positiva y consistente, aumentando así la satisfacción y la probabilidad de retorno		computadora, tablet y programas como Moodle, Google Classroom, o Udemy for Business para impartir talleres prácticos	S/ 300.00
	Implementar comunicación post-servicio: Enviar mensajes de agradecimiento, encuestas de satisfacción o promociones especiales después de cada servicio para mantener el contacto con los clientes y demostrar que su preferencia es valorada, lo que ayuda a construir una relación duradera		computadora, tablet y programas como Google Sheets, Excel, o sistemas más robustos como Zoho Inventory o Odoo	S/ 200.00
12	Ampliar los horarios de atención: Evaluar la posibilidad de extender los horarios operativos o abrir en horarios no convencionales (fines de semana o noches) según la demanda, para facilitar el acceso de los clientes al servicio	Administración	computadora, tablet y programas como Moodle, Google Classroom, o Udemy for Business	S/ 300.00
	Implementar un sistema de turnos flexibles para el personal: Organizar turnos de trabajo que cubran distintas franjas horarias sin afectar la calidad del servicio, lo que permitirá mantener una mayor disponibilidad de atención sin sobrecargar al equipo.		computadora, tablet y programas como oogle Docs, Notion, o Microsoft Word y difundirlos mediante correos electrónicos o	S/ 250.00

			plataformas internas como Microsoft Teams	
	Ofrecer opciones de reserva y atención personalizada: Incorporar sistemas de reserva en línea o telefónica que permitan a los clientes agendar servicios en horarios específicos, brindándoles mayor comodidad y adaptabilidad según sus necesidades.		computadora, tablet y programas como Zoom, Microsoft Teams, o Google Meet para mejorar la coordinación. Además, usar Slack o WhatsApp Business	S/ 200.00
13	Implementar y mostrar medidas visibles de seguridad: Colocar cámaras de seguridad, contar con personal de vigilancia o señalar las áreas seguras para que los clientes perciban un entorno protegido y seguro al utilizar los servicios.	Supervisor	computadora, tablet y programas como Trello, Asana, o Monday.com	S/ 250.00
	Realizar un mantenimiento regular de instalaciones y equipos: Asegurar que todas las instalaciones y equipos estén en buen estado mediante revisiones periódicas y reparaciones necesarias, de modo que los clientes perciban que la empresa prioriza su seguridad.		computadora, tablet y programas como Google Classroom, Moodle, o Udemy for Business	S/ 300.00
	Comunicar de manera proactiva los protocolos de seguridad: Informar a los clientes sobre las medidas de seguridad implementadas, ya sea mediante señalización en el lugar, mensajes de bienvenida o a través de los canales de comunicación de la empresa, para que conozcan los esfuerzos realizados en su protección.		computadora, tablet y programas como Zoom, Microsoft Teams, o Google Meet	S/ 200.00
14	Optimizar la planificación de rutas y horarios: Implementar un sistema de gestión de rutas que permita organizar y optimizar las rutas de transporte, ajustando los horarios para evitar demoras y cumplir con los compromisos establecidos.	Administración	computadora, tablet y programas como Moodle, Google Classroom, o Udemy for Business	S/ 250.00
	Realizar mantenimiento preventivo y regular de los vehículos: Establecer un programa de mantenimiento preventivo para los vehículos, asegurando que estén en buen estado y minimizando la probabilidad de fallos que puedan causar retrasos.		computadora, tablet y programas como Zoho Inventory, SAP ERP, o Google Sheets	S/ 300.00
	Capacitar al personal en gestión del tiempo y resolución de imprevistos: Ofrecer formación a los conductores y coordinadores en técnicas de gestión del tiempo y resolución de problemas, para que puedan reaccionar de manera efectiva ante situaciones inesperadas y minimizar retrasos.		computadora, tablet y programas como Google Docs o Microsoft Word	S/ 200.00
15	Actualizar y ampliar la información en los canales de comunicación: Proporcionar detalles claros y completos sobre los servicios y condiciones en la página web, redes sociales y otros canales, asegurando que los clientes tengan fácil acceso a la información relevante.	Administración	computadora, tablet y programas como Microsoft Teams o Slack	S/ 250.00
	Capacitar al personal en habilidades de comunicación: Ofrecer formación específica en comunicación efectiva, escucha activa y claridad al transmitir información, para que el personal pueda		computadora, tablet y programas como Google Classroom, Moodle, o Coursera for Business	S/ 300.00

	explicar los servicios y condiciones de manera honesta y comprensible.			
	Establecer protocolos de comunicación estandarizados: Implementar un protocolo que estandarice cómo se comunica la información clave sobre servicios y condiciones a los clientes, asegurando que todos reciban el mismo mensaje claro y transparente, sin inconsistencias.		computadora, tablet y programas como Bonusly o Motivosity	S/ 200.00

12. Cronograma de actividades

N.º	Actividades	Inicio	Termino	2025															
				Enero				Febrero				Marzo				Abril			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Implementar un sistema de reconocimiento y recompensas: Establecer un programa que reconozca el buen desempeño y los logros de los colaboradores de forma regular, ya sea a través de incentivos, menciones o bonificaciones, para aumentar la motivación y el compromiso.	01-01-25	07-01-25	x															
	Crear oportunidades de desarrollo profesional: Ofrecer capacitaciones, talleres o programas de aprendizaje que permitan a los colaboradores desarrollar nuevas habilidades y crecer dentro de la empresa, lo cual puede incrementar su satisfacción y sentido de propósito.	01-01-25	07-01-25	x															
	Rotación de tareas y enriquecimiento de roles: Permitir que los colaboradores participen en diferentes tareas o proyectos ocasionales para añadir variedad a su trabajo diario, ayudándolos a mantenerse motivados y comprometidos con sus actividades.	01-01-25	07-01-25	x															
	Establecer objetivos claros y alcanzables: Definir metas específicas y comunicarlas de manera que cada colaborador entienda cómo sus esfuerzos	08-01-25	14-01-25		x														

2	contribuyen al éxito general de la empresa.																	
	Fomentar la alineación de valores y el sentido de pertenencia: Organizar actividades que refuercen los valores de la empresa y que permitan a los colaboradores encontrar puntos en común entre sus valores personales y los de la organización, fortaleciendo su sentido de pertenencia.	08-01-25	14-01-25		x													
	Implementar un sistema de retroalimentación continua: Establecer reuniones periódicas para brindar retroalimentación constructiva y reconocer los logros de los colaboradores. Esto no solo incrementará su compromiso, sino que también mejorará la comunicación y la motivación en el equipo.	08-01-25	14-01-25		x													
3	Implementar programas de capacitación regular: Ofrecer capacitaciones y talleres periódicos que ayuden a los colaboradores a adquirir nuevas habilidades y mejorar en sus áreas de trabajo.	08-01-25	14-01-25		x													
	Establecer un sistema de reconocimiento por mejoras e innovación: Crear un programa de reconocimiento que premie a los colaboradores que demuestren esfuerzos por mejorar sus resultados o por implementar ideas innovadoras en su trabajo.	08-01-25	14-01-25		x													

	Facilitar acceso a recursos y herramientas de trabajo: Asegurar que los colaboradores dispongan de los recursos y el tiempo necesario para perfeccionar sus habilidades y optimizar sus tareas. Esto incluye herramientas de trabajo adecuadas, apoyo en la gestión de tiempo y acceso a información que facilite la innovación en sus funciones diarias.	08-01-25	14-01-25		x													
4	Crear un espacio para compartir ideas: Implementar reuniones periódicas o un canal digital donde los colaboradores puedan proponer ideas libremente.	15-01-25	21-01-25			x												
	Establecer un programa de incentivos para la innovación: Ofrecer reconocimientos o recompensas a las ideas implementadas que mejoren los procesos o resultados de la empresa.	15-01-25	21-01-25			x												
	Fomentar una cultura de aprendizaje y experimentación: Promover un ambiente donde se valore el aprendizaje a través de intentos y errores, apoyando a los colaboradores a probar nuevas ideas sin miedo a críticas.	15-01-25	21-01-25			x												
5	Establecer contratos laborales claros y a largo plazo: Ofrecer contratos que brinden mayor estabilidad a los colaboradores y explicar de manera transparente las condiciones de su empleo.	22-01-25	28-01-25				x											
	Comunicar regularmente el estado financiero y metas de la empresa: Informar a los	22-01-25	28-01-25				x											

	colaboradores sobre la situación y proyecciones financieras de la empresa les permitirá comprender el panorama y tener mayor confianza en la estabilidad de sus puestos de trabajo.																	
	Implementar una política de retención de talento: Crear programas de retención que incluyan incentivos para los colaboradores con buen desempeño y oportunidades de crecimiento profesional, lo cual les brindará un mayor sentido de estabilidad y pertenencia en la empresa.	22-01-25	28-01-25				x											
6	Ampliar y diversificar los beneficios sociales: Revisar y mejorar la oferta de beneficios para incluir opciones como seguros de salud adicionales, días libres flexibles, programas de bienestar y apoyo educativo, adaptados a las necesidades de los colaboradores.	22-01-25	28-01-25				x											
	Comunicar de manera clara y periódica los beneficios disponibles: Realizar sesiones informativas y enviar comunicaciones regulares sobre los beneficios a los que los colaboradores tienen acceso, para que comprendan plenamente el valor de los mismos	22-01-25	28-01-25				x											
	Personalizar los beneficios según las necesidades de los colaboradores: Ofrecer opciones flexibles de beneficios que permitan a los colaboradores elegir aquellos	22-01-25	28-01-25				x											

	que mejor se ajusten a su etapa de vida y necesidades personales, como planes de ahorro, horarios flexibles o programas de salud y bienestar.																	
7	Establecer criterios claros y objetivos para los incentivos: Definir y comunicar los criterios específicos y medibles para recibir incentivos, asegurando que estén alineados con el desempeño y logros de cada colaborador.	29-01-25	04-02-25					x										
	Realizar una revisión y ajuste en la distribución de incentivos: Evaluar los incentivos actuales y ajustar su distribución para que sean equitativos y reflejen el esfuerzo de todos los colaboradores, eliminando cualquier percepción de favoritismo	29-01-25	04-02-25					x										
	Implementar un sistema de retroalimentación sobre los incentivos: Permitir que los colaboradores compartan sus opiniones y sugerencias sobre los incentivos ofrecidos, utilizando esta retroalimentación para mejorar el sistema de compensación y ajustarlo a las expectativas del equipo.	29-01-25	04-02-25					x										
	Capacitar al personal en habilidades de empatía y atención al cliente: Implementar programas de formación en atención al cliente que incluyan técnicas de escucha activa, empatía y resolución de problemas para que los colaboradores respondan de manera efectiva y personalizada a las necesidades de los clientes.	29-01-25	04-02-25					x										

8	Flexibilizar políticas y procedimientos: Revisar y adaptar los procesos internos para permitir un mayor grado de personalización en la atención al cliente, dándoles a los colaboradores la autonomía necesaria para adaptarse a situaciones específicas y atender mejor las demandas de los clientes	29-01-25	04-02-25					x										
	Implementar una comunicación proactiva con los clientes: Establecer canales de comunicación donde los clientes puedan expresar sus necesidades y expectativas de manera regular, como encuestas de satisfacción o espacios de retroalimentación, lo que permitirá a la empresa anticiparse a sus demandas y responder con mayor empatía.	29-01-25	04-02-25					x										
9	Incrementar el personal en el área de atención al cliente: Contratar personal adicional o reubicar colaboradores en épocas de alta demanda para asegurar que haya suficientes recursos para gestionar las consultas de manera rápida y eficiente	04-02-25	10-02-25					x										
	Optimizar y simplificar los procesos de atención: Revisar y mejorar los procedimientos para gestionar solicitudes, eliminando pasos innecesarios y burocráticos, lo que permitirá a los colaboradores responder de forma más ágil a las consultas de los clientes.	04-02-25	10-02-25					x										

	Implementar herramientas tecnológicas de gestión de consultas: Incorporar un sistema de gestión de tickets o software especializado en atención al cliente que permita organizar, priorizar y dar seguimiento a las solicitudes de manera eficiente, mejorando así el tiempo de respuesta y la calidad del servicio.	04-02-25	10-02-25							x								
10	Implementar un proceso estandarizado para la gestión de quejas y reclamos: Diseñar y documentar un procedimiento claro que incluya pasos específicos para recibir, evaluar, resolver y dar seguimiento a las quejas, asegurando que todas se gestionen de manera rápida y uniforme	10-02-25	16-02-25								x							
	Capacitar al personal en resolución de conflictos y atención al cliente: Ofrecer formación en habilidades de resolución de conflictos, escucha activa y empatía, brindando a los colaboradores las herramientas necesarias para manejar las quejas de forma profesional y eficaz.	10-02-25	16-02-25								x							
	Establecer un sistema de seguimiento de quejas y reclamos: Implementar una herramienta o sistema que permita registrar y hacer seguimiento de cada queja o reclamo hasta su resolución, garantizando que cada caso se gestione completamente y que el cliente reciba una respuesta final	10-02-25	16-02-25								x							

11	Desarrollar un programa de fidelización: Implementar un programa que ofrezca beneficios exclusivos, descuentos o recompensas para clientes frecuentes. Esto incentivará a los clientes a regresar y fortalecerá su lealtad hacia la empresa	16-02-25	22-02-25									X						
	Asegurar una calidad constante en el servicio: Establecer y mantener estándares de calidad en cada interacción con el cliente para garantizar que la experiencia sea positiva y consistente, aumentando así la satisfacción y la probabilidad de retorno	16-02-25	22-02-25									X						
	Implementar comunicación post-servicio: Enviar mensajes de agradecimiento, encuestas de satisfacción o promociones especiales después de cada servicio para mantener el contacto con los clientes y demostrar que su preferencia es valorada, lo que ayuda a construir una relación duradera	16-02-25	22-02-25									X						
	Ampliar los horarios de atención: Evaluar la posibilidad de extender los horarios operativos o abrir en horarios no convencionales (fines de semana o noches) según la demanda, para facilitar el acceso de los clientes al servicio	22-02-25	28-02-25										X					
	Implementar un sistema de turnos flexibles para el personal: Organizar turnos de trabajo que cubran distintas franjas horarias sin	22-02-25	28-02-25										X					

12	afectar la calidad del servicio, lo que permitirá mantener una mayor disponibilidad de atención sin sobrecargar al equipo.																	
	Ofrecer opciones de reserva y atención personalizada: Incorporar sistemas de reserva en línea o telefónica que permitan a los clientes agendar servicios en horarios específicos, brindándoles mayor comodidad y adaptabilidad según sus necesidades.	22-02-25	28-02-25									X						
13	Implementar y mostrar medidas visibles de seguridad: Colocar cámaras de seguridad, contar con personal de vigilancia o señalar las áreas seguras para que los clientes perciban un entorno protegido y seguro al utilizar los servicios.	01-03-25	06-03-25										X					
	Realizar un mantenimiento regular de instalaciones y equipos: Asegurar que todas las instalaciones y equipos estén en buen estado mediante revisiones periódicas y reparaciones necesarias, de modo que los clientes perciban que la empresa prioriza su seguridad.	01-03-25	06-03-25										X					
	Comunicar de manera proactiva los protocolos de seguridad: Informar a los clientes sobre las medidas de seguridad implementadas, ya sea mediante señalización en el lugar, mensajes de bienvenida o a través de los canales de comunicación de la empresa, para que conozcan los esfuerzos realizados en su protección.	01-03-25	06-03-25										X					

14	Optimizar la planificación de rutas y horarios: Implementar un sistema de gestión de rutas que permita organizar y optimizar las rutas de transporte, ajustando los horarios para evitar demoras y cumplir con los compromisos establecidos.	06-03-25	12-03-25											X				
	Realizar mantenimiento preventivo y regular de los vehículos: Establecer un programa de mantenimiento preventivo para los vehículos, asegurando que estén en buen estado y minimizando la probabilidad de fallos que puedan causar retrasos.	12-03-25	31-03-25										X	X	X			
	Capacitar al personal en gestión del tiempo y resolución de imprevistos: Ofrecer formación a los conductores y coordinadores en técnicas de gestión del tiempo y resolución de problemas, para que puedan reaccionar de manera efectiva ante situaciones inesperadas y minimizar retrasos.	01-04-25	07-04-25													X		
	Actualizar y ampliar la información en los canales de comunicación: Proporcionar detalles claros y completos sobre los servicios y condiciones en la página web, redes sociales y otros canales, asegurando que los clientes tengan fácil acceso a la información relevante.	08-03-25	14-03-25														X	
	Capacitar al personal en habilidades de comunicación: Ofrecer formación específica en	15-04-25	22-04-25														X	

15	comunicación efectiva, escucha activa y claridad al transmitir información, para que el personal pueda explicar los servicios y condiciones de manera honesta y comprensible.																	
	Establecer protocolos de comunicación estandarizados: Implementar un protocolo que estandarice cómo se comunica la información clave sobre servicios y condiciones a los clientes, asegurando que todos reciban el mismo mensaje claro y transparente, sin inconsistencias.	23-04-25	29-04-25															X

VI. Conclusiones

Se estableció la propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, enfrenta retos en la motivación laboral y calidad de servicio, con áreas clave a mejorar en reconocimiento, seguridad y atención al cliente. Las percepciones de baja motivación y deficiencias en empatía y puntualidad afectan tanto el compromiso del personal como la fidelidad de los clientes. El plan de mejora incluye programas de capacitación, reconocimiento y optimización de procesos de atención, con el objetivo de crear un entorno motivador y un servicio confiable, fortaleciendo así la reputación y competitividad de la empresa.

Se definió las características de la motivación intrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, dado que la mayoría muestra niveles moderados de satisfacción con sus tareas y un compromiso intermitente con los objetivos de la empresa, así como una tendencia limitada a la mejora continua y la innovación en sus actividades laborales. Este panorama sugiere que la motivación intrínseca se ve influenciada por factores como la percepción de apoyo y reconocimiento por parte de la empresa, así como por la estabilidad y las condiciones laborales que experimentan. En empresas de transporte, esta situación podría impactar en la eficiencia operativa y en la calidad del servicio, ya que el compromiso, la mejora continua y la innovación están estrechamente relacionados con una gestión eficiente y con la satisfacción del cliente.

Se describió las características de la motivación extrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, dado que la mayoría percibe una motivación extrínseca insuficiente en aspectos clave como el reconocimiento, la seguridad laboral, las condiciones de trabajo, los beneficios sociales y los incentivos. Esto sugiere que, aunque los colaboradores valoran estos elementos, su percepción de que la empresa ofrece un apoyo inadecuado o inconsistente en estas áreas afecta su motivación y satisfacción. La falta de reconocimiento y seguridad, junto con condiciones físicas y beneficios sociales percibidos como insuficientes, limita su compromiso y rendimiento en el entorno laboral. En el contexto del transporte, esta situación es significativa, ya que una motivación extrínseca sólida podría mejorar la retención y eficiencia del personal en un sector demandante.

Se identificó las características de la atención al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, porque la mayoría percibe un nivel moderado de atención en aspectos esenciales como la empatía, el tiempo de respuesta, la resolución de quejas y la disposición a utilizar nuevamente los servicios. Aunque el personal muestra cierta disposición para entender las necesidades de los clientes, y la empresa responde ocasionalmente a consultas y quejas, los clientes sienten que la atención podría ser más eficiente y personalizada. Esta percepción afecta la fidelidad, ya que los clientes solo consideran en parte volver a utilizar el servicio en el futuro. En el contexto del transporte, una mejora en la empatía y en la agilidad en la gestión de consultas y reclamos es clave para elevar la satisfacción y lograr una relación más duradera con los clientes.

Se describió las características de la satisfacción al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, porque la mayoría percibe deficiencias en aspectos clave de satisfacción, tales como la flexibilidad de los horarios, la seguridad, el cumplimiento de compromisos y la claridad en la comunicación de los servicios y condiciones. Aunque la empresa ofrece servicios básicos en estas áreas, los clientes sienten que la flexibilidad y la puntualidad podrían mejorar para alinearse mejor con sus necesidades y expectativas. La falta de una comunicación transparente y honesta genera dudas y afecta la confianza de los clientes en el servicio. En el sector de transporte, garantizar seguridad, fiabilidad y una comunicación efectiva resulta esencial para satisfacer y fidelizar a los clientes, ya que estos factores construyen la base de una relación confiable y duradera.

Se elaboró una propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, dado que aborda diversas áreas críticas que afectan tanto la satisfacción laboral de los colaboradores como la experiencia y fidelidad de los clientes. Mediante la implementación de programas de capacitación, sistemas de reconocimiento y estrategias de comunicación efectiva, el plan busca incrementar la motivación y el compromiso del personal, fomentando una cultura de mejora continua e innovación que impulse la eficiencia operativa. Al mismo tiempo, se han propuesto acciones para optimizar la atención al cliente, incluyendo la agilización de tiempos de respuesta, la flexibilización de horarios y la mejora en la seguridad y transparencia de la comunicación.

VII. Recomendaciones

Implementar y dar seguimiento continuo a las acciones propuestas en el plan de mejora, especialmente en los aspectos de capacitación, reconocimiento y optimización de procesos de atención al cliente. Estas medidas deben ser evaluadas periódicamente para asegurar que cumplen con los objetivos de aumentar la motivación del personal y mejorar la calidad del servicio. Adicionalmente, la empresa podría beneficiarse de un sistema de retroalimentación tanto de colaboradores como de clientes, que permita ajustar y adaptar las estrategias de manera dinámica y acorde a sus necesidades, contribuyendo a un ambiente laboral motivador y a un servicio que inspire confianza y fidelidad en los clientes.

Fortalecer su enfoque en la motivación intrínseca mediante el aumento de programas de reconocimiento, la mejora de condiciones laborales y la promoción de oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional. Estos esfuerzos deben estar orientados a fomentar una cultura de apoyo y reconocimiento que motive a los colaboradores a comprometerse con los objetivos organizacionales y a buscar constantemente la mejora continua. Esto no solo incrementará el nivel de satisfacción del personal, sino que también contribuirá directamente a la eficiencia operativa y a la calidad del servicio, fortaleciendo así la relación con los clientes y la competitividad de la empresa en el sector de transporte.

Implementar un sistema integral de motivación extrínseca que logre aumentar el compromiso y satisfacción del personal en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C. Para mejorar los niveles de motivación, se sugiere crear un programa de reconocer formalmente el desempeño, ofrecer beneficios sociales variados y mejorar las condiciones laborales y de seguridad. Además, para retener al talento y elevar la eficiencia del servicio, sería beneficioso establecer incentivos claros y comunicar adecuadamente las políticas de apoyo a los colaboradores, lo cual contribuirá a consolidar la reputación de la empresa y a incrementar la calidad en el sector de transporte.

Optimizar la atención al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., enfocándose en mejorar la empatía, agilizar la gestión de consultas y resolver eficientemente las quejas. Implementar programas de capacitar al personal en habilidades de atención y escucha activa ayudará a fortalecer la relación con los clientes. Además, establecer protocolos claros para responder de manera rápida y personalizada contribuirá a consolidar la fidelidad de los clientes, motivándolos a utilizar nuevamente el servicio y promoviendo una experiencia más satisfactoria y confiable en el sector de transporte.

Mejorar la satisfacción del cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C. fortaleciendo la flexibilidad de horarios, la seguridad, el cumplimiento de compromisos y la transparencia en la comunicación. Aumentar la claridad y consistencia en la información brindada sobre los servicios permitirá a los clientes confiar más en la empresa, mientras que optimizar los tiempos y la puntualidad del servicio contribuirá a alinearse con sus necesidades. En el sector de transporte, asegurar seguridad, fiabilidad y comunicación efectiva ayudará a consolidar una relación de confianza y lealtad con los clientes, promoviendo una experiencia satisfactoria y duradera.

Implementar el plan de mejora propuesto en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., garantizando una supervisión continua para ajustar y adaptar las acciones a las necesidades de los colaboradores y clientes. Para fortalecer el impacto, se sugiere priorizar los programas de capacitar al personal y reconocer los logros, así como optimizar la comunicación y flexibilidad de los servicios ofrecidos. Además, realizar evaluaciones periódicas permitirá medir la efectividad de cada acción y realizar ajustes necesarios para mantener una mejora constante en la calidad del servicio y la motivación del personal, logrando así un entorno de trabajo más eficiente y una experiencia de cliente más satisfactoria.

Referencias Bibliográficas

- Baptista, P. (2022). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill.
<https://www.mheducation.com.mx/metodologia-de-la-investigacion-6ed.html>
- Bartels, J., Peters, O., de Jong, M., Pruyn, A., & van der Molen, M. (2021). Internal Communication and Employee Engagement. Public Relations Review.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0363811118302347>
- Grönroos, C. (2021). Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic. Wiley.
<https://www.wiley.com/en-us/Service+Management+and+Marketing%3A+Managing+the+Service+Profit+Logic%2C+4th+Edition-p-9781118921449>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2020). Metodología de la Investigación (7^a ed.). McGraw-Hill.
<https://www.mheducation.com.mx/metodologia-de-la-investigacion-6ed.html>
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2022). Metodología de la Investigación (8^a ed.). McGraw-Hill.
<https://www.mheducation.com.mx/metodologia-de-la-investigacion-6ed.html>
- Homburg, C., Koschate, N., & Hoyer, W. D. (2021). Do Satisfied Customers Really Pay More? A Study of the Relationship Between Customer Satisfaction and Willingness to Pay. Journal of Marketing.
<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1509/jmkg.68.4.84.42718>
- Johnston, R., & Clark, G. (2020). Service Operations Management: Improving Service Delivery. Pearson. <https://www.pearson.com/store/p/service-operations-management-improving-service-delivery/P100000798927>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management (15^a ed.). Pearson.
<https://www.pearson.com/store/p/marketing-management/P100000630088>

- Oliver, R. L. (2020). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge. <https://www.routledge.com/Satisfaction-A-Behavioral-Perspective-on-the-Consumer/Oliver/p/book/9781138483614>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0022435988800613>
- Pritchard, R. D., & Karasick, B. W. (2020). The Effects of Organizational Climate on Managerial Job Performance and Job Satisfaction. *Organizational Behavior and Human Performance*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0030507372900044>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2020). *Organizational Behavior* (18^a ed.). Pearson. <https://www.pearson.com/store/p/organizational-behavior/P100000834934>
- Salanova, M., & Schaufeli, W. B. (2022). Job Demands, Job Resources, and Their Relationship with Burnout and Engagement: A Multi-Sample Study. *Journal of Organizational Behavior*. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/job.248>
- Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2022). *Metodología de la investigación* (8^a ed.). McGraw-Hill. <https://www.mheducation.com.mx/metodologia-de-la-investigacion-6ed.html>
- Welch, M. (2022). Appropriateness and Acceptability: Employee Perspectives of Internal Communication. *Public Relations Review*. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0363811115001085>
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2021). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7^a ed.). McGraw-Hill. <https://www.mheducation.com/highered/product/services-marketing-integrating-customer-focus-across-firm-zeithaml-bitner/M9780078112102.html>

Anexos

Anexo 1. Carta de recojo de datos



Chimbote, 29 de setiembre del 2024

CARTA N° 0000001840- 2024-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA

Señor/a:

**WALTER RAUL TAQUIRE QUISPE
W.T.Q. EMPRESA DE TRANSPORTE E INVERSIONES TAQUIRE S.A.C.**

Presente. -

A través del presente reciba el cordial saludo a nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, asimismo solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA W.T.Q. EMPRESA DE TRANSPORTES E INVERSIONES TAQUIRE S.A.C., DISTRITO DE IMPERIAL, CAÑETE, 2024, que involucra la recolección de información/datos en COLABORADORES Y CLIENTES DE LA EMPRESA, a cargo de WILMER OMAR FIGUEROA PAZ, perteneciente a la Escuela Profesional de la Carrera Profesional de ADMINISTRACIÓN, con DNI N° 42542472, durante el período de 05-08-2024 al 29-11-2024.

La investigación se llevará a cabo siguiendo altos estándares éticos y de confidencialidad y todos los datos recopilados serán utilizados únicamente para los fines de la investigación.

Es propicia la oportunidad para reiterarle las muestras de mi especial consideración.

Atentamente.


W.T.Q. EMPRESA DE TRANSPORTE
E INVERSIONES TAQUIRE S.A.C.
WALTER RAUL TAQUIRE QUISPE
DIRECTOR GENERAL
RUC 204111728

Recibido
29-09-24
13:10





Dr. NILO VELASQUEZ CASTILLO
Coordinador de Gestión de Investigación



www.uladech.edu.pe/

email: cooperacion@uladech.edu.pe
Telf.: (041) 343444 - Cel: 948360463

Jr. Tumbes N° 247 - Centro Comercial y Financiero - Chimbote, Perú

Anexo 2. Documento de autorización para el desarrollo de la investigación

**W.T.Q. EMPRESA DE
TRANSPORTE E INVERSIONES
TAQUIRE S.A.C**



RUC.20605822780

TEL.978571381 CORREO: WALTER.RAULTAQUIRE@GMAIL.COM

*"Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra
Independencia, y de la conmemoración de las heroicas batallas
de Junín y Ayacucho"*

Imperial, 29 de setiembre del 2024

Oficio: Carta N.º 00017 – 2024-WRTQ-Transporte e inversiones Taquire

Dr. Nilo Velásquez Castillo
Coordinador de Gestión de Investigación
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Presente. –

Asunto: Aceptación para el desarrollo de la investigación

Referencia: Carta N° 0000001488-2024-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA

A través de la presente, me dirijo a usted para hacerle llegar un cordial saludo en nombre W.T.Q. Empresa de transportes e inversiones Taquire S.A.C, Provincia Cañete, Región Lima.
Me complace informarle que el Sr. Wilmer Omar Figueroa Paz con DNI N°42542472 egresado del Programa de Estudios de Administración, de la ULADECH Católica, ha presentado una carta de acuerdo con el asunto de referencia, donde solicita autorización para el recojo de los datos de la investigación titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA W.T.Q. EMPRESA DE TRANASPORTE TAQUIRE S.A.C., DISTRITO DE IMPERIAL, CAÑETE, 2024.

Por tal motivo, se acepta lo solicitado, asimismo, se autoriza a incluir el nombre de nuestra empresa en el título del informe de investigación y utilizar los datos para el desarrollo de la investigación.
Sin otro particular, me despido de usted, reiterando mis muestras de especial consideración y estima personal.

Atentamente,

Cañete, 29 de setiembre del 2024


W.T.Q. EMPRESA DE TRANSPORTE
E INVERSIONES TAQUIRE S.A.C
WILMER OMAR FIGUEROA PAZ
COORDINADOR DE GESTIÓN DE INVESTIGACIÓN
RUC 20605822780

Anexo 3. Matriz de consistencia

Título: Propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.

Formulación del Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodologías
Problema General: - ¿Cuál es la propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024? Problemas Específicos - ¿Cuáles son las características de la motivación intrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024? - ¿Cuáles son las características de la motivación extrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024? - ¿Cuáles son las características de la satisfacción al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024?	Objetivo general: - Establecer la propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024. Objetivos específicos - Definir las características de la motivación intrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024. - Describir las características de la motivación extrínseca en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024 - Identificar las características de la satisfacción al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024	Dado que es una investigación descriptiva, no planteo una hipótesis. Según Hernández, Fernández y Baptista (2020), las investigaciones descriptivas se enfocan en detallar y caracterizar fenómenos sin la intención de establecer relaciones causales o predicciones, lo que elimina la necesidad de hipótesis	Variable 1: Motivación laboral Dimensión: - Motivación Intrínseca - Motivación Extrínseca Variable 2: Calidad de Servicio Dimensión: - Satisfacción al cliente - Atención al cliente	Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo de propuesta Diseño: Transversal, no experimental Población: 10 colaboradores y 20 clientes Muestra: 10 colaboradores y 10 clientes Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario

Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024? - ¿Cuáles son las características de la atención al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024? - ¿Cuál es el plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024?	S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024 - Describir las características de la atención al cliente en la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024. - Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio de la W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024			
--	---	--	--	--

Anexo 4. Instrumento de recolección de información



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA

PROGRAMA DE ESTUDIOS DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

INSTRUCCIONES:

Estimado colaborador, las siguientes preguntas son parte de una investigación destinada a recolectar datos para analizar las características de la propuesta de mejora de la motivación laboral con el objetivo de mejorar la calidad de servicio en la empresa W.T.Q. Empresa de transporte Taquire S.A.C., distrito de Imperial, Cañete, 2024.

La información que usted proporcione será valiosa y se recopilará de manera confidencial, siendo utilizada exclusivamente con fines académicos. Por favor, lea cuidadosamente cada pregunta y responda de acuerdo con la escala proporcionada. Agradecemos de antemano su valiosa colaboración.

Escala

Nunca: 1

Casi Nunca: 2

A veces: 3

Casi Siempre: 4

Siempre: 5

Respecto a la variable de la motivación laboral

Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)		
N.º	Ítems			Alternativa		
V1: Motivación Laboral						
D1: Motivación Intrínseca (Satisfacción del trabajo, Compromiso Laboral, Mejora continua e innovación)						
1	¿Se siente satisfecho/a con las tareas que realiza en su trabajo?	1	2	3	4	5
2	¿Está comprometido/a en cumplir con los objetivos y metas de la empresa?	1	2	3	4	5
3	¿Busca mejorar continuamente en sus actividades laborales para obtener mejores resultados?	1	2	3	4	5
4	¿Le gusta proponer nuevas ideas o formas de hacer las tareas en su trabajo?	1	2	3	4	5
D2: Motivación Extrínseca (Reconocimiento Laboral, Estabilidad Laboral, Condiciones de Trabajo, Beneficios Sociales e Incentivos)						
5	¿Siente que recibe reconocimiento adecuado por su trabajo?	1	2	3	4	5
6	¿Considera que tiene seguridad en su empleo dentro de la empresa?	1	2	3	4	5
7	¿Las condiciones físicas y ambientales en las que trabaja son adecuadas?	1	2	3	4	5
8	¿Está satisfecho/a con los beneficios sociales que recibe de la empresa?	1	2	3	4	5
9	¿Cree que los incentivos ofrecidos por la empresa son justos y motivadores?	1	2	3	4	5

Respecto a la variable de Desempeño Laboral

Nunca (1)	Casi Nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)					
N.º	Ítems				Alternativa				
V1: Calidad de servicio									
D1: Atención al cliente (Empatía, Tiempo de respuesta, Quejas y Reclamos y Fidelidad de clientes)									
10	¿Siente que el personal de la empresa entiende y se preocupa por sus necesidades durante el servicio?				1	2	3	4	5
11	¿La empresa responde de manera rápida a sus consultas o solicitudes?				1	2	3	4	5
12	¿Considera que la empresa resuelve adecuadamente sus quejas o reclamos?				1	2	3	4	5
13	¿Estaría dispuesto a volver a utilizar los servicios de la empresa en el futuro?				1	2	3	4	5
D2. Satisfacción al cliente (Disponibilidad y Flexibilidad, Seguridad, Puntualidad y Fiabilidad, Transparencia y comunicación)									
14	¿Considera que la empresa ofrece servicios en horarios y condiciones que se adaptan a sus necesidades?				1	2	3	4	5
15	¿Se siente seguro/a utilizando los servicios de la empresa?				1	2	3	4	5
16	¿La empresa cumple con los horarios y compromisos acordados en el servicio de transporte?				1	2	3	4	5
17	¿Recibe información clara y honesta sobre los servicios y condiciones ofrecidos por la empresa?				1	2	3	4	5

Gracias por su participación

Anexo 5. Ficha técnica de los instrumentos

Validación de instrumento.

Ficha de Identificación del Experto

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: ROBERT RUBIO CASTILLO.

N° DNI / CE: 32888279.

Teléfono / celular: 943018118

Título profesional: Licenciado en Administración

Grado académico: Maestría__x__

Doctorado: _____

Especialidad: Administración

Institución que labora: ESSALUD

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA W.T.Q. EMPRESA DE TRANASPORTE TAQUIRE S.A.C., DISTRITO DE IMPERIAL, CAÑETE, 2024

Autor(es): Wilmer Omar Figueroa Paz

Programa académico: Administración



MG. ROBERT RUBIO CASTILLO
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD N° 01358



Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Robert Rubio Castillo.

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Wilmer Omar Figueroa Paz estudiante / egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA W.T.Q. EMPRESA DE TRANASPORTE TAQUIRE S.A.C., DISTRITO DE IMPERIAL, CAÑETE, 2024 y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



Wilmer Omar Figueroa Paz

DNI: 42542472

Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA W.T.Q. EMPRESA DE TRANASPORTE TAQUIRE S.A.C., DISTRITO DE IMPERIAL, CAÑETE, 2024								
	Variable 1: Motivación laboral	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Motivación intrínseca.	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Se siente satisfecho/a con las tareas que realiza en su trabajo?	X		X		X		
2	¿Está comprometido/a en cumplir con los objetivos y metas de la empresa?	X		X		X		
3	¿Busca mejorar continuamente en sus actividades laborales para obtener mejores resultados?	X		X		X		
4	¿Le gusta proponer nuevas ideas o formas de hacer las tareas en su trabajo?	X		X		X		
	Dimensión 2: Motivación extrínseca							
5	¿Siente que recibe reconocimiento adecuado por su trabajo?	X		X		X		
6	¿Considera que tiene seguridad en su empleo dentro de la empresa?	X		X		X		
7	¿Las condiciones físicas y ambientales en las que trabaja son adecuadas?	X		X		X		
8	¿Está satisfecho/a con los beneficios sociales que recibe de la empresa?	X		X		X		
9	¿Cree que los incentivos ofrecidos por la empresa son justos y motivadores?	X		X		X		
	Variable 2: Calidad de servicio							
	Dimensión 1: Atención al cliente							

10	¿Siente que el personal de la empresa entiende y se preocupa por sus necesidades durante el servicio?	X		X		X		
11	¿La empresa responde de manera rápida a sus consultas o solicitudes?	X		X		X		
12	¿Considera que la empresa resuelve adecuadamente sus quejas o reclamos?	X		X		X		
13	¿Estaría dispuesto a volver a utilizar los servicios de la empresa en el futuro?	X		X		X		
	Dimensión 2: Eficiencia laboral	X		X		X		
14	¿Considera que la empresa ofrece servicios en horarios y condiciones que se adaptan a sus necesidades?	X		X		X		
15	¿Se siente seguro/a utilizando los servicios de la empresa?	X		X		X		
16	¿La empresa cumple con los horarios y compromisos acordados en el servicio de transporte?	X		X		X		
17	¿Recibe información clara y honesta sobre los servicios y condiciones ofrecidos por la empresa?	X		X		X		

*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones: Ejecutarlo según la dedicación de su proyecto

Opinión de experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg ROBERT RUBIO CASTILLO con DNI 32888279.


Mg. ROBERT RUBIO CASTILLO
 LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
 CLAD N° 01358



Huella

Ficha de Identificación del Experto

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Ramos Rosas Carlos David.

N° DNI / CE: 47255413.

Teléfono / celular: 921043833

Título profesional: Licenciado en Administración

Grado académico: Maestría __x__

Doctorado: _____

Especialidad: Administración

Institución que labora: Independiente

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA W.T.Q. EMPRESA DE TRANASPORTE TAQUIRE S.A.C., DISTRITO DE IMPERIAL, CAÑETE, 2024

Autor(es): Wilmer Omar Figueroa Paz

Programa académico: Administración


 Lic. Adm CARLOS DAVID RAMOS ROSAS
REG. UNIC. DE COLEG. N°03509



Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Ramos Rosas Carlos David.

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Wilmer Omar Figueroa Paz estudiante / egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA W.T.Q. EMPRESA DE TRANASPORTE TAQUIRE S.A.C., DISTRITO DE IMPERIAL, CAÑETE, 2024 y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



Wilmer Omar Figueroa Paz

DNI: 42542472

Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA W.T.Q. EMPRESA DE TRANASPORTE TAQUIRE S.A.C., DISTRITO DE IMPERIAL, CAÑETE, 2024								
	Variable 1: Motivación laboral	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Motivación intrínseca.	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Se siente satisfecho/a con las tareas que realiza en su trabajo?	X		X		X		
2	¿Está comprometido/a en cumplir con los objetivos y metas de la empresa?	X		X		X		
3	¿Busca mejorar continuamente en sus actividades laborales para obtener mejores resultados?	X		X		X		
4	¿Le gusta proponer nuevas ideas o formas de hacer las tareas en su trabajo?	X		X		X		
	Dimensión 2: Motivación extrínseca							
5	¿Siente que recibe reconocimiento adecuado por su trabajo?	X		X		X		
6	¿Considera que tiene seguridad en su empleo dentro de la empresa?	X		X		X		
7	¿Las condiciones físicas y ambientales en las que trabaja son adecuadas?	X		X		X		
8	¿Está satisfecho/a con los beneficios sociales que recibe de la empresa?	X		X		X		
9	¿Cree que los incentivos ofrecidos por la empresa son justos y motivadores?	X		X		X		
	Variable 2: Calidad de servicio							
	Dimensión 1: Atención al cliente							

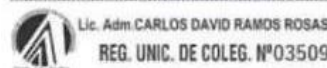
10	¿Siente que el personal de la empresa entiende y se preocupa por sus necesidades durante el servicio?	X		X		X		
11	¿La empresa responde de manera rápida a sus consultas o solicitudes?	X		X		X		
12	¿Considera que la empresa resuelve adecuadamente sus quejas o reclamos?	X		X		X		
13	¿Estaría dispuesto a volver a utilizar los servicios de la empresa en el futuro?	X		X		X		
	Dimensión 2: Eficiencia laboral	X		X		X		
14	¿Considera que la empresa ofrece servicios en horarios y condiciones que se adaptan a sus necesidades?	X		X		X		
15	¿Se siente seguro/a utilizando los servicios de la empresa?	X		X		X		
16	¿La empresa cumple con los horarios y compromisos acordados en el servicio de transporte?	X		X		X		
17	¿Recibe información clara y honesta sobre los servicios y condiciones ofrecidos por la empresa?	X		X		X		

*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones: Ejecutarlo según la dedicación de su proyecto

Opinión de experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Ramos Rosas Carlos David con DNI 47255413.



Huella digital

Ficha de Identificación del Experto

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: López Pumayali Manuel Fritz.

N° DNI / CE: 09610622.

Teléfono / celular: 997331108

Título profesional: Licenciado en Administración

Grado académico: Maestría __x__

Doctorado: _____

Especialidad: Administración

Institución que labora: Independiente

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA W.T.Q. EMPRESA DE TRANASPORTE TAQUIRE S.A.C., DISTRITO DE IMPERIAL, CAÑETE, 2024

Autor(es): Wilmer Omar Figueroa Paz

Programa académico: Administración



Mgtr. Lic. Adm. López Pumayali Manuel Fritz

DNI: 09610622

CLAD: 00550



Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: López Pumayali Manuel Fritz.

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Wilmer Omar Figueroa Paz estudiante / egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA W.T.Q. EMPRESA DE TRANASPORTE TAQUIRE S.A.C., DISTRITO DE IMPERIAL, CAÑETE, 2024 y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



Wilmer Omar Figueroa Paz

DNI: 42542472

Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA W.T.Q. EMPRESA DE TRANASPORTE TAQUIRE S.A.C., DISTRITO DE IMPERIAL, CAÑETE, 2024								
	Variable 1: Motivación laboral	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Motivación intrínseca.	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Se siente satisfecho/a con las tareas que realiza en su trabajo?	X		X		X		
2	¿Está comprometido/a en cumplir con los objetivos y metas de la empresa?	X		X		X		
3	¿Busca mejorar continuamente en sus actividades laborales para obtener mejores resultados?	X		X		X		
4	¿Le gusta proponer nuevas ideas o formas de hacer las tareas en su trabajo?	X		X		X		
	Dimensión 2: Motivación extrínseca							
5	¿Siente que recibe reconocimiento adecuado por su trabajo?	X		X		X		
6	¿Considera que tiene seguridad en su empleo dentro de la empresa?	X		X		X		
7	¿Las condiciones físicas y ambientales en las que trabaja son adecuadas?	X		X		X		
8	¿Está satisfecho/a con los beneficios sociales que recibe de la empresa?	X		X		X		
9	¿Cree que los incentivos ofrecidos por la empresa son justos y motivadores?	X		X		X		
	Variable 2: Calidad de servicio							
	Dimensión 1: Atención al cliente							

10	¿Siente que el personal de la empresa entiende y se preocupa por sus necesidades durante el servicio?	X		X		X		
11	¿La empresa responde de manera rápida a sus consultas o solicitudes?	X		X		X		
12	¿Considera que la empresa resuelve adecuadamente sus quejas o reclamos?	X		X		X		
13	¿Estaría dispuesto a volver a utilizar los servicios de la empresa en el futuro?	X		X		X		
	Dimensión 2: Eficiencia laboral	X		X		X		
14	¿Considera que la empresa ofrece servicios en horarios y condiciones que se adaptan a sus necesidades?	X		X		X		
15	¿Se siente seguro/a utilizando los servicios de la empresa?	X		X		X		
16	¿La empresa cumple con los horarios y compromisos acordados en el servicio de transporte?	X		X		X		
17	¿Recibe información clara y honesta sobre los servicios y condiciones ofrecidos por la empresa?	X		X		X		

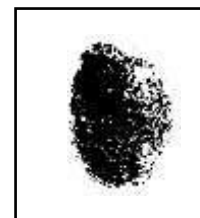
*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones: Ejecutarlo según la dedicación de su proyecto

Opinión de experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg López Pumayali Manuel Fritz con DNI 09610622.


 Mgtr. Lic. Adm. López Pumayali Manuel Fritz
 DNI: 09610622
 CLAD: 00550



Huella

Confiabilidad de instrumento (Alfa de Cronbach)

ESCALA DE LIKERT - MOTIVACION LABORAL										
PREGUNTAS										
Encuestados	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
2	2	2	3	4	3	3	4	3	2	26
3	3	3	3	3	2	1	3	3	2	23
4	2	2	3	3	4	3	4	3	5	29
5	3	3	4	3	3	2	2	3	4	27
6	1	3	4	4	3	3	3	3	2	26
7	5	4	4	2	5	2	1	5	2	30
8	3	3	3	2	2	3	2	3	2	23
9	4	4	3	3	2	3	2	3	2	26
10	3	3	4	3	2	2	3	2	3	25
VARIANZA IND	1,66	0,84	0,49	0,84	1,43	1,12	1,43	0,9	1,66	

NUMERO DE ITEM	9
SUMATORIA DE LAS VAR DE LOS ITEM	10,38
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ITEM	40,67

ALFA DE CROMBACH	0,84
	0,84

Rangos	Magnitudes
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente: Ruiz (2002)

Conclusión: Para la variable motivación laboral se aplicó un cuestionario de 9 preguntas realizado a 10 colaboradores de la empresa W.T.Q. Empresa de transportes e inversiones Taquire, lo cual según la formula alfa de Cronbach, salió como resultado final 0.84, lo que nos quiere decir que el análisis de la consistencia tiene una excelente la confiabilidad.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{S_T^2} \right]$$

$\frac{k}{k-1}$	>	1,13
$\frac{\sum s_i^2}{S_T^2}$	>	0,26
	>	0,74

ESCALA DE LIKERT - CALIDAD DE SERVICIO									
PREGUNTAS									
Encuestados	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	2	3	3	2	2	4	3	22
2	4	3	3	3	3	2	3	4	25
3	3	5	4	4	3	1	2	3	25
4	3	3	4	3	3	1	2	4	23
5	3	4	3	3	2	2	4	3	24
6	3	3	3	3	3	3	4	3	25
7	3	3	4	3	2	2	3	1	21
8	3	2	4	3	3	2	3	2	22
9	3	3	3	4	2	3	3	3	24
10	4	2	3	3	3	3	3	1	22
VARIANZA IND	0,18	0,89	0,27	0,18	0,27	0,54	0,54	1,12	

NUMERO DE ITEM	8
SUMATORIA DE LAS VAR DE LOS ITEM	3,99
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ITEM	2,23

ALFA DE CROMBACH	0,90
	0,90

Rangos	Magnitudes
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente: Ruiz (2002)

Conclusión: Para la variable calidad de servicio se aplicó un cuestionario de 8 preguntas realizado a 10 clientes de la empresa W.T.Q. Empresa de transportes e inversiones Taquire, lo cual según la formula alfa de Cronbach, salió como resultado final 0.9, lo que nos quiere decir que el análisis de la consistencia tiene una excelente la confiabilidad.

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s^2}{S^2} \right]$$

$\frac{k}{k-1} \rightarrow 1,14$
 $\frac{\sum s^2}{S^2} \rightarrow 1,79$
 $\rightarrow 0,79$

Anexo 6. Formato de consentimiento informado u otros

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula

_____ y es dirigido por _____
_____, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de
Chimbote. El propósito de la investigación es:

—

. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará _____ minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente. Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de _____ . Si desea, también podrá escribir al correo _____ para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Wilmer Omar Figueroa Paz, identificado con DNI, 42542472 con domicilio real en Urbanización libertad MZ A LT 23, Distrito de San Vicente, Provincia de Cañete, Departamento de Lima.

DECLARO BAJO JURAMENTO

En mi condición de bachiller con código de estudiante 2511192076 de la Escuela Profesional de Administración Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2024-II:

1. Que los datos consignados en la tesis titulada PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACION LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA W.T.Q. EMPRESA DE TRANASPORTE TAQUIRE S.A.C., DISTRITO DE IMPERIAL, CAÑETE, 2024. Son reales no se manipulo ni se fabricó los resultados, toda la información presentada en la investigación es real y autentico.

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad.

Cañete, 30 de octubre del 2024



Wilmer Omar Figueroa Paz

DNI. 42542472



Huella Digital