

**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION**

**CALIDAD DE SERVICIO Y MOTIVACION EN LOS
TRABAJADORES DE LOS RESTAURANTES POLLERÍAS
EN EL CP DE LLICUA, AMARILIS, HUANUCO – 2022**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

AUTOR

CALVO ASCA, POLL JEFFERSON

ORCID: 0000-0002-7453-502X

ASESOR

CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

CHIMBOTE – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Calvo Asca, Poll Jefferson
ORCID: 0000-0002-7453-502X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,
Chimbote, Perú

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000 0002 6399-5928

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e
Ingeniería, Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

LEON VIGO MARITZA

ORCID: 0000-0002-1003-0372

PATIÑO NIÑO VICTOR HELIO

ORCID: 0000-0002-4660-9490

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL

ORCID: 0000 0002 7575 3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

LEON VIGO MARITZA
Presidente

PATIÑO NIÑO VICTOR HELIO
Miembro

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGE
Miembro

CENTURIÓN MEDINA, REINERIO ZACARIAS
Asesor

AGRADECIMIENTO

Deseo agradecer en primer lugar a Dios por darme la vida, salud y otorgarme la sabiduría para lograr concluir satisfactoriamente este proceso de preparación académica, del mismo modo agradecer al docente Centurión Medina Reinerio Zavarías quién con la contribución de sus conocimientos y su gran disponibilidad que me demostró y por toda la ayuda que me proporcionó en el desarrollo de este trabajo.

Un sincero agradecimiento a mi círculo familiar, que con su inquebrantable apoyo moral me han permitido lograr esta meta.

Deseo también agradecer a los dueños de los restaurantes quienes me permitieron desarrollar mi trabajo en su negocio y por proporcionarme la disponibilidad de encuestar a sus trabajadores.

Por último agradezco a los colegas de estudio, por haberme apoyado con su retroalimentación en los temas referente a la metodología de la investigación.

POLL JEFFERSON CALVO ASCA

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mi madre, por ser el pilar de mi vida, por su apoyo incondicional durante este proceso de formación y su motivación permanente para lograr este objetivo.

Asimismo, quiero agradecer a mi esposa, por motivarme, comprenderme y alentarme a conseguir este objetivo, del mismo modo dedicar este trabajo a mis hijos que son el motor de superación constante en mi vida, por su amor incondicional y desinteresado.

Finalmente quiero agradecer a mi tío Eduardo encarnación Peña por ser el padre que nunca tuve, por enseñarme que todo sacrificio tiene su recompensa y encaminarme por el camino del bien.

POLL JEFFERSON CALVO ASCA

RESUMEN

La presente investigación si bien cuenta con un número considerable de antecedentes, hecho que amerita la necesidad de aplicar de manera específica a un negocio en específico para comprobar los resultados óptimos como se han verificado en las demás investigaciones, debido a la deficiencia en la calidad de servicios a causa de la falta de motivación de los trabajadores es evidente en el día a día, entonces el objetivo principal es determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua para obtener los indicadores que ocasionan las deficiencias del personal. Se busca comprobar la hipótesis de que si existe relación entre la calidad de servicio y la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua. La presente investigación es de enfoque cuantitativo, del que los resultados reflejan que existe una relación del 92% entre la calidad de servicio y la motivación.

***Palabras claves:** Calidad de servicio, deficiencias, motivación.*

ABSTRACT

The present investigation, although it has a considerable number of antecedents, a fact that merits the need to apply it specifically to a specific business to verify the optimal results as they have been verified in the other investigations, due to the deficiency in the quality of services because of the lack of motivation of the workers is evident in the day to day, then the main objective is to determine the relationship that exists between the quality of service and the motivation in the workers of the chicken restaurants in the Poblado Center of LLicua to obtain the indicators that cause the deficiencies of the personnel. It seeks to verify the hypothesis that there is a relationship between the quality of service and motivation in the workers of the chicken restaurants in the Poblado Center of LLicua. The present investigation is of quantitative approach, of which the results reflect that there is a relationship of 92% between the quality of service and motivation.

Keywords: *Quality of service, deficiencies, motivation.*

CONTENIDO

1. TITULO DE LA TESIS	i
2. EQUIPO DE TRABAJO	ii
3. JURADO EVALUADOR Y ASESOR.....	iii
4. AGRADECIMIENTO.....	iv
5. DEDICATORIA	v
6. RESUMEN	vi
7. ABSTRACT	vii
8. CONTENIDO.....	viii
9. INDICE DE TABLAS Y FIGURAS	x
I. INTRODUCCION	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	4
III. HIPÓTESIS.....	27
IV. METODOLOGÍA.....	28
4.1 Diseño de la investigación	28
4.2 El universo y muestra.....	28
4.3 Definición y operacionalización de variables	29
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	32
4.5 Plan de análisis.....	32
4.6 Matriz de consistencia.....	33
4.7 Principios éticos	35
V. RESULTADOS	36
5.1 Resultados.....	36
5.2 Análisis de resultados	43
VI. CONCLUSIONES	45
VII. RECOMENDACIONES	46
ANEXOS	52
Anexo 1: Cronograma de actividades.....	52
Anexo 2: Presupuesto	53
Anexo 3: Consentimiento informado.....	54
Anexo 4: Validación por Juicio de expertos.....	55
Anexo 5: Instrumento de recolección de datos.....	68
Anexo 6: Figuras.....	71

Anexo 7: Turnitin.....81

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 calidad de servicios y motivación	36
Tabla 2 confianza de los empleadores y la motivación	36
Tabla 3 adecuada capacitación y la motivación	37
Tabla 4 capacidad de interacción con los clientes y la motivación	37
Tabla 5 capacidad de escucha de los empleadores y calidad de servicio	38
Tabla 6 respeto y comprensión de los empleadores y calidad de servicio	38
Tabla 7 información de la política de administración y calidad de servicio	39
Tabla 8 medios de comunicación accesibles y calidad de servicios	39
Tabla 9 honestidad y calidad de servicios	40
Tabla 10 confianza de los empleadores y la calidad de servicio	40
Tabla 11 valor de la utilidad y la motivación	41
Tabla 12 valor intrínseco y la motivación	41
Tabla 13 condición laboral y la motivación	42
Tabla 14 reconocimiento de los esfuerzos y tiempos extras y la motivación	42
Tabla 15 metas realistas y motivación	43
Tabla 16 establecimiento de objetivos y la motivación	43
Tabla 17 objetivos medibles y la motivación	44
Tabla 18 preservación de la autoestima y la motivación	44
Tabla 19 respeto por las creencias y la motivación	45
Tabla 20 escala de crecimiento y la motivación	45

INDICE DE FIGURAS

Figura 1 calidad de servicios y motivación	71
Figura 2 confianza de los empleadores y la motivación	71
Figura 3 adecuada capacitación y la motivación	72
Figura 4 capacidad de interacción con los clientes y la motivación	72
Figura 5 capacidad de escucha de los empleadores y calidad de servicio	73
Figura 6 respeto y comprensión de los empleadores y calidad de servicio	73
Figura 7 información de la política de administración y calidad de servicio	74
Figura 8 medios de comunicación accesibles y calidad de servicios	74
Figura 9 honestidad y calidad de servicios	75
Figura 10 confianza de los empleadores y la calidad de servicio	75
Figura 11 valor de la utilidad y la motivación	76
Figura 12 valor intrínseco y la motivación	76
Figura 13 condición laboral y la motivación	77
Figura 14 reconocimiento de los esfuerzos y tiempos extras y la motivación	77
Figura 15 metas realistas y motivación	78
Figura 16 establecimiento de objetivos y la motivación	78
Figura 17 objetivos medibles y la motivación	79
Figura 18 preservación de la autoestima y la motivación	79
Figura 19 respeto por las creencias y la motivación	80
Figura 20 escala de crecimiento y la motivación	80

I. INTRODUCCION

La motivación es un factor que mueve muchas áreas y aspectos de la existencia del ser humano, cuyo objetivo es hacer que las personas tengan una razón de hacer posible las cosas que de otro modo no se comprometerían en llevar a cabo, frente a esta afirmación se presentan diversas teorías, y diversos modos de enfrentar las situaciones, en la presente investigación se tratará sobre los resultados que son capaces de producir si la persona se encuentre motivada, resultado que a las empresas, organizaciones y emprendimientos le garantiza cuantiosas ganancias y resultados óptimos.

En el 2020 el hecho que ha tenido un gran impacto en la vida de las personas a nivel internacional es la pandemia Covid – 19, en México manifiestan que estos sucesos han provocado cambios en el modo en que la gente se interrelaciona, el que ha traído consigo brechas que han afectado la motivación de la población (Weeden & Cornwell, 2020)

En una investigación de Milán – Italia se manifiesta que es un dato evidente que sean las personas a dar la contribución mayor al logro de los objetivos, por esta razón la motivación en el trabajo es un argumento central en la investigación en el ámbito de recursos humanos (sodexo, 2022).

Vidal & García, (2009), en su investigación sobre la motivación manifiesta que el estrés laboral en relación a la motivación en España es un tema que ha afectado en su mayoría a aquellas profesiones en su trato directo y personal, por lo que toda esta problemática constituye una realidad que necesita que se busquen respuestas desde perspectivas científicas que contribuyan en la mejora de esta situación.

En una investigación realizada en Lima sostienen que como la motivación laboral involucra al capital humano, es un tema de importancia puesto que en estos tiempos muchos de los líderes y áreas de personal no le prestan especial atención; a pesar de que es un indicador que genera un impacto positivo para la empresa, al tener los trabajadores motivados a la hora de realizar sus labores. Mejorar la motivación laboral es sinónimo de productividad, mejor rendimiento y trabajadores comprometidos con las labores que desempeñan (Cinthia Anais, 2020).

De los Rios & Toledo, (2020) en su investigación sobre la motivación y su relación con la felicidad en las fuerzas armadas de Lima recomienda profundizar un posible vínculo

entre la productividad y la motivación en el entorno laboral, pues una parte de la literatura existente sobre el tema sugiere una posible relación entre ambas.

En una investigación sobre la motivación y el rendimiento laboral de los trabajadores del trágamonedas palacio royal en la ciudad de Huánuco, menciona que la motivación es un elemento fundamental, para que los colaboradores tengan un buen desempeño laboral y es un factor primordial en el rendimiento de sus actividades y logren sus objetivos (Cantaro, 2020).

Lo que se busca hallar con la presente investigación son esos factores que promueven la motivación de los trabajadores de las pollerías del Centro Poblado de Llicua, para de este modo brindar a los negocios, la capacidad de brindar servicios de calidad los que les permitirá posicionarse en el mercado a través de la satisfacción y recomendación desinteresada de las personas que consumieron en estos locales. La afluencia de la mala calidad de servicio en diversos locales del Centro Poblado de Llicua es de común vivir, hasta el punto de que incluso el cliente es habituado a la mala atención y se dicen así mismos con resignación - es lo que hay que se puede hacer - y lo que se busca es poder cambiar este lamentable y paupérrimo comportamiento y aceptación sufrible de los hechos, en base a lo argumentado nos hacemos la siguiente interrogante: ¿En qué medida la calidad de servicio se relaciona con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de Llicua?

Con el objetivo de responder a las preguntas que se puedan suscitar de la investigación se planteó como objetivo general: Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de Llicua.

Para dar respuesta y corroborar la principal responsabilidad del objetivo principal se planteó los objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre la retribución justa y oportuna con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de Llicua, analizar la relación entre la confianza de los empleadores con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de Llicua, evaluar la relación existente entre la adecuada capacitación con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de Llicua.

Es justificado la factibilidad de este trabajo de investigación por que contribuirá a que las empresas en nuestra ciudad cuenten con colaboradores que, a pesar de las diferentes

realidades y actitudes, estén dispuestos directamente a participar en la mejora de la calidad de atención que se ofrece y a la aplicación del plan estratégico que les proporcione herramientas de manejo de situaciones en cuanto a la atención al cliente, en el restaurante pollería del Centro Poblado de Llicua, 2022.

Es también justificable porque permitirá contar con un plan de motivación que permita que los empleados se identifiquen con ella, de tal forma que sea posible lograr los objetivos de la organización satisfaciendo al mismo tiempo las necesidades de sus colaboradores. De esta forma, las organizaciones hoy en día vienen a ser una fusión entre la estructura, los procesos y el comportamiento de los individuos; cuyos elementos están relacionados constantemente formando el clima donde se desenvuelven todas sus actividades.

Finalmente, en el aspecto disciplinario, el diseño pretende contribuir a los estudios que se realiza a nivel nacional, y en particular en la ciudad de Huánuco, sobre la importancia de motivar a los colaboradores, elemento esencial que permite mejorar la calidad de atención al cliente y su imagen como empresa.

La investigación fue de diseño de tipo no experimental, la investigación se aplicó en una población de 2 restaurantes Benji´s.- 7 trabajadores y La curva. - 5 trabajadores, del que se tomó como muestra a los 12 trabajadores a los que se les aplicó un cuestionario de 20 preguntas, haciendo uso de la técnica de la encuesta del que se obtuvo los siguientes resultados, el 92% de los trabajadores dicen que la calidad de servicio se relaciona con la motivación, el 67% sostiene que la confianza es de los empleadores es vital para la motivación laboral, el 83% dice que capacitación se relaciona con la motivación, el 67% sostiene que la capacidad de interacción con los clientes se relaciona con la motivación, el 75% dice que la capacidad de escucha de los empleadores se relaciona con la calidad de servicio, el 67% afirma que ser respetados y tener la comprensión de los empleadores se relaciona con la calidad de servicios, el 100% sostiene que recibir el reconocimiento por los esfuerzos y los tiempos extras que ofrecen a la pollería se relaciona con la motivación, el 58% afirma que el respeto por sus creencias le ayuda a sentirse motivados.

En conclusión, la presente investigación se determinó la relación existente entre la calidad de servicio y la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de Llicua, pues la mayoría de los trabajadores sostiene que sin motivación no existe calidad de servicio.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

a) A nivel Internacional

Molina Rodriguez (2019) en su tesis *La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio*, remarca la importancia de saber lo que los clientes piensan sobre el servicio que reciben de los colaboradores del negocio, pues esto ayudará a entender mejor la necesidad de cada cliente y poder cubrirlos y usar este medio como uno para hacer que estos clientes puedan ser consumidores habituales. Se empleó el método de estudio transversal, contándose como población de estudio a todos los usuarios externos, del que se determinó una muestra de 109 usuarios a los que a través de la encuesta se les entrevistó, instrumento del que se llegó al resultado de la satisfacción del 70% dentro de los límites de la satisfacción mínima, finalmente se concluyó que existe una deficiencia en el trato personal e individualizado, falta de disposición para resolver dudas (pág. 12).

Illescas Herrera, (2019) en su tesis *Análisis de la calidad de servicio en los hoteles Oro Verde y Veuxox de la Ciudad de Machala*, busca como propósito primordial realizar un diagnóstico a los hoteles para medir la calidad de servicio en estos, para lo que hizo uso de la metodología de carácter cualitativo y cuantitativo, para lo que hizo el estudio en una población de 167 visitas del que determinó una población de 125 visitas, se valió del uso del instrumento SERVQUAL el que a través de sus 5 escalas le permitió hallar el resultado sobre las percepciones y expectativas de los visitantes en cuanto a la calidad de servicio, el que también determinó que no hay confirmación del uso de los 5 elementos de la escala, todo estudio del que se concluyó que del estudio es que el aspecto que necesita estudio para su mejora es la calidad desde la perspectiva del cliente, si lo que se busca es lograr mejoras en el servicio, para esto es fundamental conocer y entender las perspectivas y expectativas de los usuarios.

Reyes Gonzales, (2020) en Ecuador realizó un estudio *El clima organizacional y su influencia sobre la motivación del personal del Hospital Liborio Panchana Sotomayor*, el objetivo primordial de la presente investigación fue entender hasta que limite es capaz de influir el clima laboral en la motivación de los trabajadores, con el uso de una metodología que le permitió hallar sus resultados cuantitativamente, en el que de un población solo tomó una muestra de 218 personales de los que a través de una encuesta se obtuvo los resultados de que la infraestructura no es la apropiada para desarrollar sus

actividades de manera óptima, los jefes no brindan el apoyo necesario y existe un inadecuado ambiente de trabajo, del que llegó a las conclusiones de por qué los trabajadores no se encontraban motivados pues se evidencio infraestructuras en pésimas condiciones, directivos ocupados en sus propios intereses sin tener en consideración del personal a su cargo, de esto llegaron a la conclusión de porqué los trabajadores no se encontraban motivados.

b) Nacionales

Monares Espinoza & Flores Ccorahua, (2022) en su trabajo de investigación *Planificación estratégica y calidad de servicio en el restaurant Markansaya Perú, Moquegua – 2021*, sostiene que el hecho de que un cliente se sienta satisfecho del servicio recibido dentro de la organización es fundamental, mencionan que lograr el que un cliente de un buen feedback es hacer que los productos y servicios proporcionen experiencias inolvidables. Con esta investigación busca determinar la relación entre la planificación estratégica y la calidad de servicio en el restaurante Mankansaya Perú, en la ciudad de Moquegua, para lo que aplicó un diseño no experimental, descriptivo no transversal, del que determinó una población de 1615 clientes el que le proporcionó una muestra de 350 clientes a los que a través del uso de los instrumentos y métodos de una investigación han buscado hallar la relación entre la planificación estratégica y la calidad de servicio, mediante el cuestionario aplicado en un encuesta, esto le llevó a verificar un resultado donde muestra que los clientes del restaurante perciben un inadecuado porcentaje de 10,3% en planeamiento estratégico que no les permite lograr los resultados esperados, del que concluyó de que definitivamente existe una relación positivamente aceptable con respecto a estas dos variables.

Ñaupá Martínez, (2020) en su trabajo de investigación *Gestión por Procesos y Calidad de Servicio en el Restaurant - El Trujillano - Juliaca año 2020*, en esta investigación se buscó encontrar la relación entre la variable gestión por procesos el que busca mejorar los procesos y obtener una mejora constante y la calidad de servicio el restaurante mencionado de donde encontró poder encontrar otras relaciones con la del uso de los recursos en relación a la calidad de servicio, siendo una investigación no experimental solo se estudió los casos para entender el porqué de los fenómenos en cuanto a la relación entre las dos variables, por medio de la aplicación de la encuesta se llegó a los resultados de que la prueba de normalidad muestra el valor de significancia bilateral de .876 para la

variable Gestión por Procesos y de .846 para la variable Calidad de Servicio; estos resultados permiten afirmar que ambas variables tienen una distribución normal. Se analizó la fiabilidad del instrumento aplicado a los 9 trabajadores de la presente investigación y se obtuvo el valor de alfa de Cronbach de .962; siendo un valor alto nos muestra la confiabilidad del instrumento. Se encontró que existe relación positiva y significativa entre la gestión por procesos y la calidad de servicio en el Restaurante “El Trujillano”, con un valor $r = .998$. Del mismo modo la relación entre las dimensiones de la variable gestión por procesos y la calidad de servicio obtuvo valores significativos; existe relación positiva y significativa entre la gestión del personal y la calidad de servicio con el valor $r = .989$.y del que se concluyó de que existe una relación positiva entre las dos variables, el que ayudó que el restaurante – El Trujillano – pueda realizar una mejor implementación en cuestión de los procesos que debe seguir y la mejora de los servicios que ofrece en sus locales.

Reyes Mariátegui, (2020) en su trabajo de investigación *Motivación del personal operativo y su relación con el desempeño laboral en un restaurante de ate. Lima 2020*, este estudio tuvo como objetivo general “determinar la motivación del personal operativo y su relación con el desempeño laboral en un restaurante de Ate. Lima 2020”, que en estudio y aplicación de la metodología de investigación y con su estudio de la población eligió una muestra de 64 trabajadores de los restaurantes de este distrito, para este propósito usó como instrumento de recolección de datos el cuestionario el que permitió llegar a los resultados de conocer de manera más cercana la relación entre la motivación y el desempeño laboral del que determinaron que si existe una relación favorable entre estas dos variables y del que también concluyeron de que el desempeño laboral viene en gran parte influenciado por la motivación. Esta investigación presente mucha o entera relación con la investigación que vengo realizando ya que menciona que existe marcadas relación de la motivación con el desempeño laboral de los trabajadores.

c) Locales

Velez de Villa Veramendi, (2020) en su trabajo de investigación *Calidad de Servicio y Lealtad del Cliente en el Restaurante - El Bambú - del distrito de Pillco Marca – Huánuco 2020*, esta investigación nació por la observación y aceptación de que había un problema en cuanto a la poca afluencia de los clientes después de su primera visita al local, una vez fueron conscientes de este problema el investigador se planteó el objetivo de determinar

la razón por la que se estaba produciendo este hecho y Se ha obtenido un resultado que como muestra de estudio 291 clientes respondieron una encuesta aplicada en el mes de diciembre del año 2020, y como conclusión que se ha determinado que existe relación lineal alta, fuerte directa y significativa entre la calidad de servicio con la lealtad del cliente en el restaurante “El Bambú” del Distrito de Pillco Marca – Huánuco 2020. Tabla 21. Se concluyó en que se debía a la calidad de servicio que impartían los trabajadores del restaurante a los clientes, del que determinaron que la tangibilidad del servicio era pésima pues el mozo no explicaba en qué consistía de manera clara cada plato a servirse, entre otros de los casos que determinaron es que los clientes no sentían que había fiabilidad debido a que los mozos en atención se manifestaban serios o muy poco amables, entre los diversos problemas también se pudo determinar de que la capacidad de respuesta de los trabajadores era limitada se limitaban a responder que desconocían de ciertos procesos y no buscaban poder satisfacer las dudas de los clientes, poder llegar a todos estos hallazgos genero un buen resultado para la investigación porque si bien pudieron ver los puntos ciegos que estaban impidiendo el crecimiento el que les permitió implementar y provocar cambios que han producido incremento de ganancia y la confiabilidad y retorno de los clientes.

Reyes Mancilla & Santiago Berrios, (2019) en su investigación *La calidad en la atención del servicio y su relación con la fidelidad de los clientes en el restaurante Fast Food “Lookcos*, se estudió a una muestra de 12 trabajadores de este negocio con el propósito de determinar la relación existente entre la calidad en la atención y la fidelidad de los clientes, entre los participantes de la investigación se consideró entre las diferentes áreas, investigación del que se llegó al resultado a través de la aplicación de los instrumentos de que existe una relación positiva entre la calidad de servicio en la atención del servicio con respecto a la fidelidad de los clientes. Ante esta situación se plantea la siguiente interrogante: ¿Cómo se relaciona la calidad en la atención del servicio con la fidelidad de los clientes del restaurant Fast Food “Lookcos”? Después de un arduo trabajo se concluyó que efectivamente. Existe una relación de la calidad de atención del servicio con la fidelidad de los clientes en fas food lookcos. Conforme se demuestra en el gráfico N° 8. Siendo el nivel de investigación el descriptivo/correlacional, cuyo diseño el no experimental con su variante el transeccional. Finalmente se consolidaron los resultados a través del análisis e interpretación de cuadros estadísticos, cuyos resultados obtenidos

se verifican a través de la prueba de hipótesis con el estadístico Spearman donde se comprobó la relación de calidad de servicio y fidelización de los clientes.

2.2 Bases Teóricas de la investigación

a) *Marco teórico*

Breve historia de la calidad

Como toda investigación y resultado tiene una raíz de nacimiento como es el caso de la calidad tiene un punto en la que algún humano lo calificó como necesidad producto del que hizo nacer la razón de ser de la calidad.

Llegó el siglo XX, se aceleró el paso con una larga procesión de actividades nuevas ideas que surgieron con arreglo cautivador de nombres: control de la calidad, planeación de la calidad, mejoramiento continuo de la calidad, prevención de defectos, control estadístico de proceso, ingeniería de confiabilidad, análisis de costo de la calidad, cero defectos, control total calidad, certificación del proveedor, círculos de calidad, auditoria de la calidad, aseguramiento de la calidad función despliegue de calidad, métodos de Taguchi, comparación competitiva (Ospina, 2021).

Después de la Segunda Guerra Mundial, surgieron dos corrientes importantes que han tenido un profundo impacto en la calidad, la primera corriente es la evolución japonesa de la calidad, antes de la segunda guerra mundial la calidad de los productos se percibía, en todo el mundo como muy mala. Al hablar de artículos japoneses era sinónimo de mala calidad, claro esto era antes de la segunda guerra mundial (Ospina Limache J. , 2021).

Teorías de la calidad

Philip Crosby; según sostiene este autor la calidad es el cumplimiento de los requerimientos del cliente significa que sólo satisfaces aquello que el cliente te pide sin ningún otro valor agregado, de otro lado menciona que cuanto más escuches al cliente y más cumplas con sus requerimientos la calidad que ofrezcas de tu bien o servicio será de mejor calidad, la fundamental percepción de este autor es de que al escuchar al cliente tendremos mayores probabilidades de no caer en errores y en consecuencia no tendremos que corregir esos errores que se podrían suscitar si es que no se presta atención a las necesidades del cliente, podemos percibir que desde la teoría de este autor que ya hace 35 años sostuvo dicha afirmación tal vez para aquella realidad era una afirmación correcta sin embargo para la actualidad no nos damos

cuenta que es una apreciación ya desfasada pues el cliente si bien si se le escucha y se presta atención a sus requerimientos pero más allá de esto también se da un valor agregado a las necesidades que ellos tienen (León Rodríguez, 2016).

Edwards Deming; Este autor sostiene una teoría que ya había sido sustentada por otros autores de la década de 1920 que expresaban que el sistema de procesos es un todo y que está relacionado con la planificación implementación control y mejora continua que garantizan que den dentro del proceso de gestión de la calidad se logre grados diferentes en la pérdida dependiendo del cliente (Marchan Cornejo, 2018).

Dimensiones de la calidad de servicio

Es fundamental dimensionar la calidad de servicios pues gracias a esta podremos medir qué tan satisfactorio servicio estamos ofreciendo y que tan satisfechos están nuestros clientes y de este modo podamos garantizar a nuestra organización rentabilidad y fidelidad de los clientes por lo que es necesario recalcar esos aspectos básicos que conceptualizaremos a continuación (Coronel Sanchez y otros, Revista ESPACIOS, 2019).

Evidencias físicas. - Para poder garantizar a los clientes de que somos negocios serios que su principal objetivo es poder satisfacer las necesidades de los clientes necesitamos dar evidencias tangibles y visibles que permitan hacer ver y sentir al consumidor de que es un lugar pulcro y seguro que le garantizará la conservación de su salud es decir necesitamos contar con una infraestructura que garantice la seguridad, la higiene que se preste a la satisfacción de sus necesidades, necesitan de personal que cuide de su apariencia y puedan manifestar su pulcritud a los clientes y que finalmente los instrumentos y herramientas y medios que se usen para poder llevar a cabo entrega del bien o del servicio cuente con los estándares aceptables de seguridad y calidad.

Fiabilidad. - Los clientes adquieren bienes y hacen uso de servicios de los que ellos perciben que el personal es comprometido, que la estructura organizacional de la empresa es capaz de dar soluciones y respuestas a sus necesidades de manera correcta, confiable y segura por ejemplo en estos tiempos de constante innovación tecnológica muchas de las personas ya no están dispuestas a ir de manera presencial a los restaurantes y solicitan que se les haga delivery de productos que ellos desean consumir otorgaremos ese grado de fiabilidad para que un cliente vuelva a solicitar

de nuestros servicios al nosotros ofrecer servicio de calidad es decir si nos compran 1/4 de pollo pues lo que debemos hacer llegar al cliente es el cuarto de pollo con su papa, su ensalada, sus cremas, su refresco y de cortesía sus cubiertos, ahora sí cumplimos con todo este procedimiento e incluimos la cortesía de que también el producto que les estamos ofreciendo tenga muy buena calidad de muy buen sabor pues entonces no podemos dudar de que el cliente va a volver a solicitar de este servicio.

Capacidad de respuesta. - cuando hacemos la adquisición de bienes o el uso de servicios esperamos que la respuesta que recibimos por parte de las personas que trabajan dentro de la entidad sean respuestas de manera oportuna exacta y que responda a todos nuestros cuestionamientos y solicitudes, esperamos que el tiempo de espera por recibir el bien o esperar que se nos atienda sea el mínimo posible pues en estos tiempos de constante competitividad los clientes se han habituado a recibir los bienes o servicios de manera instantánea sí como organización no se cumple con este requerimiento estaremos teniendo una deficiencia en este aspecto que va perjudicar nuestros logros y resultados que esperamos obtener.

Empatía. - la empatía es la capacidad de transmitir confianza al cliente haciéndola ver que entendemos sus requerimientos y que apoyamos sus necesidades y que estamos dispuestos a poder ofrecerle un servicio de calidad y garantizarles una experiencia satisfactoria en el local, la deficiencia de esta capacidad percibido a diario en muchas de los negocios que no cuentan con un adecuado acondicionamiento y capacitación con respecto del trato al cliente, lo que busco con esta investigación es ayudar a los trabajadores y en consecuencia los dueños de negocio y tener una capacidad más amplia de comprensión con respecto a ponerse en el lugar de la persona de hacer lo que gustaría que hicieran por nosotros si fuera nuestro caso de que estamos nosotros consumiendo en un restaurante o hagamos uso de cualquier servicio o bien (Coronel Sanchez y otros, Revista ESPACIOS, 2019)

Calidad de servicio.

“La mejor manera de empezar un análisis sobre la calidad en el servicio es intentar distinguir primero la calidad en el servicio de la satisfacción del cliente” (Mejías Acosta y otros, 2018).

Entre los aspectos atribuibles que son de suma importancia y necesitan de la atención de los proveedores para que marquen la diferencia entre la masa competitiva; el primero es “la calidad la define el cliente, no el proveedor – vendedor” y el segundo es “los clientes evalúan la calidad de servicio comparando sus expectativas con sus percepciones de cómo se efectúa este” (Huacaya Taype & Huicho Martinez, 2018).

La permanencia de las empresas en el mercado está relacionada con su habilidad y capacidad para captar nuevos clientes, hacer que los clientes antiguos puedan fidelizarse, mientras superes con tus productos y servicios la expectativa del cliente tienes asegurado la continua adquisición y consumo de estos, al sentir y experimentar los clientes sus necesidades cubiertas que incluso es capaz de superar los límites de la expresión cuando se trata de calificar el bien o servicio, la implantación de la calidad de un bien o servicio entre los clientes es un asunto no solo de marketing y superación de expectativas sino cuanta historia es capaz de cubrir, las emociones que generan, las experiencias que permiten vivir, los valores y virtudes que transmiten, porque si bien la psicología del cliente en estos tiempos es bastante vulnerable y exigente a la vez vulnerable porque es capaz de dejarse manipular por el marketing de consumo si ve una foto muy bonita de un teléfono o de último modelo en Instagram va a tener esa necesidad de querer adquirirlo y de hacer que el bien sea suyo a la brevedad posible y exigente porque a pesar de que el bien le atraiga tanto como sea posible no se quedará con esa sola opinión sino que investigará y buscará más información sobre el producto y el feedback que los demás adquirientes comentan al respecto del producto y si son buenos los comentarios las apreciaciones entonces estará dispuesta a pagar el precio que se le solicite por el bien es por esto que es importante que a pesar de transmitir que el producto tiene una buena calidad debe tener una cultura de vender valores, experiencias, historia, procesos (Arellano Díaz, 2017).

Importancia de la Calidad

Recalcar la importancia de la calidad implica dar valor a la calidad de los servicios y bienes que las organizaciones ofrecen a la sociedad, pues para vender un producto o un servicio debe contar con los márgenes de calificación de calidad aceptables que garanticen la seguridad de éstos, lo que posiciona a una organización o una empresa por sobre las demás es el valor que tienen gracias a la calidad de servicio que están

dispuestos a ofrecer, el servicio no solamente tiene que ver con la calidad involucra diversos aspectos como el hecho de poder hacer llegar de manera más clara y concisa la funcionalidad de los productos involucrando a la calidad ese valor de más que ofrecen al mercado, esto garantiza ganancias cuantiosas y clientes más satisfechos, la calidad de servicio es el ente que mueve a las organizaciones que les da fuerza para poder sobresalir sobre las demás y que las ayuda a poder mantener su posición dentro del marco que les garantice el ascenso y la posición en un mercado cada vez más exigente y que busca que los bienes o servicios que se obtengan sean servicios y bienes que sobrepasen los límites de la expectativa del usuario en estos tiempos los clientes ya no se conforman con que sólo cumpla con sus requerimientos, esperan que esos productos o bienes que solicitó les den ese valor agregado que ningún otro es capaz de ofrecer y es esto que les motiva a que puedan ser fieles a una marca a un producto o un servicio e incluso pueden hacer las recomendaciones sin que las organizaciones se las soliciten de manera gratuita. En estos tiempos de constante competitividad es de vital importancia que se tome en consideración debido a las tantas normativas que rigen la adquisición sobre todo de bienes en la sociedad, este valor agregado de calidad en los productos y servicios nace del objetivo en común que la organización es capaz de transmitir no solamente dentro de las estrategias normativas de gestión institucional sino que también pueden transmitir este conocimiento, esta información dentro del personal encargado de brindar estos servicios de manera que todos puedan tener un mismo conocimiento al respecto y esto garantice la efectividad y la calidad del servicio a ofrecer (Jejen Florez, 2021).

Principios de la Gestión de calidad

El principio de la gestión de calidad es un enfoque que involucra muchos de los cambios que se han venido desarrollando a lo largo de los cortos últimos años para hacer de las organizaciones a través de los aspectos importantes que recalcan empresas y organizaciones innovadoras empresas que se implementan e ingresan al mercado de la competitividad ofreciendo los mejores y más sorprendentes productos y servicios que incluso llegan a superar las expectativas que el cliente podía esperar dentro de estos márgenes de enfoque primordial que busca dar garantía de seguridad a las empresas se mencionan los siguientes:

Enfoque al cliente

La razón de ser de una organización, una institución, en este caso un restaurante es el cliente y desarrollar un esquema enfocado en el buen trato el buen servicio, tener en consideración y en especial atención los gustos, necesidades y requerimientos de los clientes ayudan a que la empresa pueda generar mejoras y cambios en la calidad de sus productos y servicios.

La atención amable, ordenada y objetiva a los clientes ofreciendo la información adecuada con los precios y los servicios que se otorgan ayuda a que más clientes se puedan fidelizar el que como resultado genera recomendaciones sin costo. El dar un servicio como la frase canta recibes lo que ofreces, que trates cómo te gustaría que te traten, que seas empático, que atiendas de manera honesta clara dándole a conocer las características básicas del producto a adquirir las especificaciones del servicio a ofrecer genera que los clientes se sientan satisfechos (Contreras Torvisco, 2018).

Liderazgo

Para que una organización logre el funcionamiento adecuado que corresponde, obtenga los resultados que esperan, se coloque entre las organizaciones con mejores estándares de calidad tenga un buen posicionamiento en el mercado es importante que se halle con la guía y dirección de un líder un personaje que va a ser capaz de lograr la transformación, el posicionamiento, la innovación de la organización bajo su responsabilidad, transmitiendo sus filosofías, ideas para que los trabajadores tengan el compromiso de trabajar en función a un objetivo en común, con todas las energías y la motivación necesaria que requiere tanto progreso y logro. Transmitir la necesidad de cambio la necesidad de mejora en cuestión de calidad de servicio dentro de la organización va a depender mucho de la manera y la forma en cómo el líder hace llegar la idea a los colaboradores de la organización. El líder es aquella persona que se encarga de hacer llegar con objetividad, exactitud y precisión hacia un fin común movilizand o las masas bajo su responsabilidad en este caso los trabajadores, esta es responsabilidad fundamental del líder ser capaz de planificar las actividades a desarrollar los planes estratégicos que se llevarán a cabo dentro de la organización y de ser esa guía y ejemplo que anime a los colaboradores a contribuir de manera voluntaria y responsable. Entre las principales capacidades que debe poseer un líder es saber lograr los objetivos planteados, persuadir a las personas bajo su

responsabilidad hacia un objetivo en común, ser resiliente en los tiempos de dificultades de la organización (Pérez Vilar & Azzollini, 2017).

Participación del personal

Tener en consideración a todos los participantes colaboradores dentro de la organización en todos los niveles y unidades a los que pertenezcan es una iniciativa que no solamente va a impulsar la armonía dentro del puesto de labores, también se podrá tener resultados óptimos en cuanto a la rentabilidad de la calidad de servicios que se otorgue debido a al buen desempeño de los colaboradores, pues ellos no se identifican como simples personas que están al servicio de alguien, si no se identifican con el objetivo, metas, planes que tenga la organización entonces estas personas se ponen la camiseta del organización se identifican con ella hacen que esta organización sea parte de ellos hecho que promueve el lucro y la productividad. Es así que cuando a un colaborador la empresa o el dirigente o el directivo le otorga la libertad de poder explorar por sí mismo los cambios las decisiones que pueda tomar con respecto a sus actividades les permite poder desarrollar sus habilidades que no sólo van a beneficiar a esta persona sino también en gran y mayor manera a la organización por lo que su desempeño laboral será eficiente. En el logro del objetivo de una mejor calidad de servicios que se busca proporcionar dentro de una organización es de fundamental importancia permitir la colaboración y la participación activa de los trabajadores dado que la organización se debe a ellos porque los esfuerzos que recibe iban frutos dependerá mucho del trabajo que ellos desarrollen dentro de la organización. Al momento de fijar los planes de la organización es vital poder solicitar la opinión y la participación con ideas y propuestas de los trabajadores visto que ellos que conocen de manera más directa el desarrollo de las actividades serán capaces de dar luz e ideas que proporcionen resultados favorables y que faciliten la capacidad de tomar decisiones dentro de los requerimientos fundamentales de la organización (Tsareva y otros, 2019).

Enfoque basado en procesos

Una organización con fines de crecimiento y de competitividad en el mercado cada vez más cambiante e innovador de estos tiempos buscar a generar un valor extra para sus consumidores, clientes, logrará esto haciendo que su productividad mejore se incrementen que los costos puedan ser optimizados y que los niveles de rentabilidad

sean cada vez más considerables. Para que todos estos resultados puedan lograrse dentro de la organización es fundamental de que estén desarrollados bajo un esquema de procesos en el que se tengan esquematizaciones exactas de las tareas y de este modo facilitar el reconocimiento de los problemas que se susciten y que tengan soluciones inmediatas sin tener que esperar o seguir procesos demasiado prolongados que ocasionan irritabilidad, descontento de los clientes. Si la organización tiene un proceso ordenado hará que desarrollar las actividades sean más sencillas y de menores costos, pues estos procesos permiten tener el conocimiento de una mejor operatividad, como se mencionó anteriormente el tener un enfoque basado en procesos permitirá de que si hay algún proceso falla o se daña o se perjudica se logrará poder corregir el error menor tiempo y con menores costos e incluso se podrá llevar a cabo en la innovación que ayude el posicionamiento en el mercado, es por esto que es fundamental que las organizaciones puedan llevar a cabo su gestión y administración de sus empresas basado en un enfoque de procesos el que por sus cuantiosos beneficios proporcionará gozar de mayores oportunidades y ventajas frente a otras empresas que no cuenten con este sistema (Hernández Palma y otros, 2016)

Enfoque de sistema de gestión

Una organización está compuesta por sistemas que le permiten poder llevar una administración más adecuada y de manera organizada y sistémica, un enfoque que le ayuda a tener el conocimiento de la funcionalidad organizacional que le facilitará la identificación comprensión de los procesos que se deben realizar frente a determinadas acciones que se llevan a cabo dentro de la organización, esto no solo sirve para los procesos administrativos también es un proceso que fortalece el desempeño de una calidad eficiente que se les pueda proporcionar a los clientes, por lo que su aplicabilidad tiene una función esencial para desarrollar y llevar a cabo las estrategias que garanticen una mejor rentabilidad dentro de la organización ni una mejora en la satisfacción y cobertura de necesidades de los clientes (Perez Rodríguez & Coutín Domínguez, 2021)

Mejora continua

El proceso de mejora continua es un proceso que dentro de las organizaciones empresas aún no están muy implantadas y en el caso de Huánuco muchos de los

negocios aún no tienen el conocimiento sobre esta terminología por lo que les es un tanto más complicado poder implementar el sistema de manejo administrativo que se tiene dentro de la organización o negocio, el poder llevar a cabo este proceso dentro de la organización ayuda a que se puedan lograr resultados más favorables que son indicadores de crecimiento y mejora. Esta terminología viene de una palabra en japonés que significa Kaizen el que hace referencia a qué como personas y como organizaciones hay necesidad de una constante necesidad de implementación el que podemos llevar a cabo gracias a las herramientas y técnicas básicas con las que podemos contar es decir dentro de un restaurante por ejemplo cómo es que se logra este hecho de la mejora continua, sí un personal en un cierto determinado de tiempo no está prestando constantemente atención a las necesidades básicas de los clientes este hecho entorpecerá el resultado de la satisfacción del cliente entonces de este ejemplo podemos observar que aspecto fundamental para llevar a cabo esta mejora continua es el hecho de poder prestar atención a los mínimos detalles que sucede al momento de llevar a cabo el servicio. (Alvarado Ramirez & Pumisacho Alvaro, 2017)

Enfoque en la toma de decisiones

La toma de decisiones es un proceso en el que se involucra un conjunto de información que te permite poder seleccionar entre una alternativa y otra. Dentro de las organizaciones la toma de decisiones es un aspecto fundamental pues determina el resultado que seremos capaces de lograr frente a determinadas circunstancias o situaciones que se susciten en la organización, permitiéndonos de este modo poder darle un rumbo o una dirección a determinados objetivos, tener en claro la información relevante con respecto a alguna necesidad o urgencia nos ayuda a poder tener más claridad y objetividad al momento de hacer las elecciones para esto contamos con que esta información pueda ser certera, veraz y oportuna, dado que los resultados que esperamos obtener van a depender de estos 3 puntos. Poder lograr el equilibrio dentro de la masa de opciones que se pueden tener con la información que se cuenta en ocasiones puede generar conflicto de prioridades e intereses para esto es fundamental que el enfoque de la toma de decisiones esté basado en beneficio de la organización en general dado que la rentabilidad que ésta pueda generar retribuirá de manera consensual y equitativa a toda la organización. Para que una toma de decisiones venga aceptada, soportada y aplicada debe contar con la aprobación de la

mayoría de los que conforman parte de la empresa, para esto es necesario que se pueda llevar a consenso todas las ideas e informaciones con las que se cuenta y así poder determinar la validez de la información, para poder llevar a cabo una toma de decisiones eficaz y que contribuya con la organización se debe de contar con una persona adaptable que sea capaz de manejar con compromiso sin debatir trivialidades una persona objetiva que tenga la frialdad de tomar ciertas decisiones aun a pesar de las críticas que pueda recibir de su entorno (Rodríguez Cotilla, 2021).

Beneficio de la calidad de servicio. –

El servicio al cliente es un concepto que trasciende de hace muchísimos años, que las grandes compañías que han comprendido su importancia tienen áreas dedicadas fundamentalmente a cubrir esta necesidad, debido a su creciente necesidad de demostrar que son los mejores en este mercado cada vez más competitivo y poder garantizar a los usuarios la satisfacción de obtener lo mejor en un tiempo prudente. En cuanto a garantizar calidad de servicio mencionamos ciertos aspectos convincentes al respecto:

Aumento de ingresos. – El mercado en el que recurre a adquirir ya sean bienes o servicios se encargan de proveer calidad con el objetivo de lograr el incremento en sus ingresos y rentabilidad, y si en el trayecto supera las expectativas del cliente entonces se preparan para resultados más lucrativos, y no solo incluso genera que los clientes se vuelvan habituales y recomienden sin cobrar retribución alguna por hacerlo, dado a las garantías que ofrece por la calidad el cliente puede estar dispuesto a incluso incrementar los gastos que realiza en la compañía hecho que se verá reflejado cuantiosamente en los resultados finales de los ingresos.

Mejor reputación. – Las organizaciones obtienen el reconocimiento por la calidad de servicios o bienes que proveen por ejemplo en estos días hay diversidad de compañías que se ocupan de la fabricación de teléfonos móviles sin embargo de todas estas compañías la que más factura es Apple con sus iPhone porque para posicionarse en el mercado como productos de mejor calidad han marcado la diferencia con innovaciones que los diferencian de todos los demás como el hecho de garantizar la durabilidad más prolongada de sus baterías, entonces estos valores agregados produce que las personas recomienden y den fe de la utilidad y garantía de los productos o servicios. Y la reputación de los productos en estos días están más al

alcance de la mayoría pues las personas a través de diversos medios se encargan de hacer llegar a las demás personas. “Un buen servicio al cliente da a tu compañía una buena reputación”.

Mejor satisfacción del cliente. – Cumplir a cabalidad con los requerimientos de los clientes y ofrecerles lo que quieren y piden en el tiempo que esperan produce que se sientan satisfechos. El que las organizaciones se dediquen a cubrir con exactitud e incluso superando las expectativas de los clientes sus necesidades les promueve la reputación de buena calidad. Un instrumento bastante funcional para lograr obtener la respuesta con respecto a la satisfacción de los clientes es a través de la aplicación de encuestas ya sean físicas o virtuales que en estos tiempos hay diversos medios que ayudan a lograr los objetivos, ejemplo cercano y vivido que estoy seguro todos los que disponen del Operador Claro sabrán que luego de la tención te piden que califiques su servicio con puntuaciones del 1 al 10 son estrategias que también son usados por diversas compañías. Las encuestas en su mayoría se enfocan en la última experiencia que has vivido en las tiendas o negocios o servicios de los que haz hecho uso, y ellos no se limitan a solo preguntar con respecto a su funcionalidad o tu experiencia también hacen comparaciones con las empresas de su competencia, porque cierto es información que los beneficia sobremanera.

Lealtad de los clientes. – que a un cliente tu a pesar de una buena experiencia le garantices calidad de servicio lograrás de que estos clientes muy de buena gana se agenden sus próximas visitas si el caso es que cuentas con un restaurante, y para lograr esto muchas de las competencia se valen de un sinfín de estrategias entre las que prima es esta sociedad en particular es el constante deseo de los adquiriente de buscar algo bueno, bonito y barato pero que si logras posicionarte de manera correcta en el mercado, podrás ver que no importa cuán caros puedan ser tus productos si están 100% garantizados con calidad verás que el precio no será un problema. Seguramente no será para el acceso de muchos pero los pocos podrán garantizar cuantiosos ingresos.

Empleados involucrados. - Garantizar una calidad de servicio óptimo a los clientes significa que se cuenta con trabajadores capacitados y con la disponibilidad de ofrecer lo mejor de sí mismos en la satisfacción de las necesidades de los clientes, haciendo uso de sus capacidades y habilidades para reforzar la calidad y asegurar la

mejora y crecimiento del negocio. son personal que prestan atención a los errores que cometen para no volver a caer en los mismos repetidamente, son colaboradores con iniciativa propia, se preocupa por garantizar una buena impresión y experiencia al cliente, es un trabajador que se encuentra en constante preparación en beneficio del negocio y de sí mismo como persona tienes la concepción de qué sí él ofrece una calidad de servicio óptimo al cliente el cliente sale satisfecho y la persona es decir el trabajador concibe mayor capacidad de experiencia y conocimiento con respecto al trato al cliente y sabe que ambos ganan (Aranda software, 2021).

Motivación laboral

Es un proceso que se resalta la intención, el manejo y la duración del entusiasmo en la persona en función del cumplimiento de un objetivo. La motivación está integrada por elementos como el ímpetu, la constancia y el esfuerzo. En donde el primero es comprendido por la voluntad que tiene la persona de lograr su meta, en el caso de la constancia es el periodo de duración del ímpetu y el esfuerzo son las acciones mantenidas para lograr el objetivo. Las personas pueden percibir la motivación a través de estímulos que provienen de acciones externas por ejemplo en el caso de un trabajador podría provenir de su incremento de salario o también provienen de elecciones internas es decir cuando el trabajador hace un análisis y siente que puede lograr todo cuanto sea dependiendo de las capacidades que posee y que es capaz de desarrollar. los modos de cómo será que una persona tenga ese optimismo se entusiasmó de poder hacer y transformar todo cuanto él sostiene que debe cambiar no funciona del mismo modo entre una persona y otra cada quien tiene sus propios mecanismos que lo mueven y lo impulsan, estos aspectos tienen que ver con lo que cada persona prefiere, con las creencias que las que le han sido impuestas desde muy joven, con los valores que defiende, con las filosofías que sostiene, los credos que abraza Son todos estos aspectos que favorecen la motivación de una persona provocando el cambio y mejora en su comportamiento y en las elecciones que hace.

Los aspectos anteriormente mencionados son aspectos que favorecen la construcción de concepción de cada persona el que hace que esta persona se pueda sentir determinado y tenga la disponibilidad de hacer la elección de un cierto tipo de comportamiento que lo va a dirigir hacia un objetivo al que está comprometido y se siente entusiasta y motivado de llegar.

La motivación se puede conceptualizar como un proceso por el cual los pensamientos son esenciales para lograr un comportamiento deseado, así como un desempeño determinado, y cuya acción impacta en el pensamiento lo que comienza de nuevo el ciclo.

Dimensiones de la motivación laboral

Motivación intrínseca: Este es un tipo de motivación que explica las razones internas que mueve a una persona a fin de lograr sus metas objetivos de llegar a una autorrealización que sabe que es posible gracias a los cambios que él puede generar dentro de sí mismo en su enfoque en cuanto al desempeño la disciplina y es capaz de ir más allá de lo que se requiere de él mismo porque aquello con lo que anhela es mucho más grande de todos los límites externos que se puedan presentar, por ejemplo hay a quienes les molesta de tal manera la condición en la que pudieron crecer con limitaciones y se prometen a sí mismos que en un futuro no tendrán una vida en la que se sentían limitados, con pocos recursos, se convencen de tal manera de que no quieren estar en ese pasado que los hizo sufrir y se aseguran a costa del esfuerzo que le cueste, lograr garantizarse una calidad de vida óptima. Esta energía que logran transformar es una energía que nace del propio individuo no necesita de ningún estímulo externo para que pueda concebirlo como realidad en su futuro y en su presente. en cuanto a la investigación lo que a los trabajadores mueve es esa responsabilidad que ellos como seres humanos han desarrollado dentro de sí, de garantizar a su familia un hogar más estable y cómodo, entonces se dicen a sí mismos sí me esfuerzo y logré buenos resultados dentro de mi área de labores lograr el reconocimiento de los directivos gerentes que por mis esfuerzos serán bondadosos en su reconocimiento y se me abrirán puertas de oportunidades que probablemente no puedo ni aún imaginar.

Motivación extrínseca: este tipo de motivación surge del entorno, en donde se desarrollan actividades que tiene el propósito de impulsar al trabajador, actividades como la recompensa, o una acción negativa como el evitar un castigo, es por lo que se dice que el individuo realiza la acción con la esperanza de obtener un beneficio o evitar una acción poco beneficiosas para él. Son elementos que no emanan de la persona, se produce por su buen desempeño laboral que la empresa premia con incentivos. La motivación extrínseca ayuda con el entorno de la empresa, como

promociones, incentivos y beneficios. Es el que viene de los premios y termina con la actuación. En esta motivación se puede analizar desde dos perspectivas en donde se busca incentivar al trabajador con el planteamiento de soluciones y propuestas factibles, a través de un conocimiento de las causas de lo que motiva al individuo.

Motivación trascendental: Este tipo de motivación nace de los anhelos de un mejor lugar, de la comodidad y las futuras victorias que pueda conquistar el sujeto a través de cambios que él puede realizar por medio de sus acciones, es así que esta motivación busca cubrir necesidades que no se esperaban que fueran cubiertas y que han pasado desapercibidas, se ocupa de poder lograr el bienestar de un grupo en común y no solamente de un individuo. Esta energía nace de la necesidad de querer generar el bienestar de un grupo, de querer velar por bienestar de un tercero. Este tipo de motivación nace por el afán arraigado de la persona de querer ser de utilidad a la sociedad, de Del espíritu de servicio que han sido inculcados o que ellos conscientemente practican por lo que se esfuerzan por poder ser personas armoniosas, solitarias, generosas amables porque piensan que así como ellos tienen dificultades y batallas pues también las demás personas tienen las suyas propias. Este tipo de energía nace del ser interno de la persona por su necesidad de ayudar y contribuir a una causa en común.

La motivación

La motivación es una energía que nos permite encontrar una razón de ser de las cosas que hacemos y la energía que nos permite poder satisfacer las necesidades, es así que es un aspecto que en muchas de sus formas siempre está enfocado al logro de un objetivo. Entonces vemos que en esta actualidad de innovación, de constante cambio por mucho de los estímulos ya sean internos o externos nace el deseo, el deseo de ser uso de un bien o servicio que por marketing y manipulación psicológica que usan muchos de los negocios piensan nos hace pensar que son cosas que nos darán felicidad unos enseñarán lo que es el éxito. Muchos de los spots publicitarios se valen d esa concepción que las personas tienen arraigadas en sus creencias con respecto a la carencia y necesidad a fin de no sufrir de ninguna de estos 2 males hacen nacer la necesidad y el deseo.

Estudio de la motivación

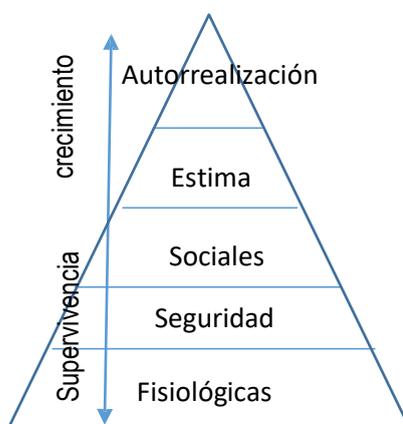
Llevar una indagación profunda con respecto a la motivación, es con propósito tal de poder lograr entender el por qué las personas actúan de un cierto modo o eligen ciertos parámetros de acción que consideran pertinentes para su curso de acción en sus vidas, con el estudio de la motivación podemos ser partícipes del logro de información valiosa con respecto a los paradigmas que involucran la acción humana, a través de esta indagación podemos llegar a la conclusión de las influencias que hacen posibles las conductas y las razones por las que éstas son originadas, gracias al estudio podemos darnos cuenta del proceso de transformación que resulta del hecho de que una persona se encuentre motivada, a lo largo de la historia se han realizado diversas investigaciones con respecto a este fenómeno que produce cambios sorprendentes en la conducta de un ser humano que los impulsa a hacer logros que de otro modo no habrían podido hacer posible en sus vidas (Romero Pileta y otros, 2019).

Teorías de la motivación

Para conceptualizar la motivación diversos autores filósofos, estudiosos han buscado poder explicar de dónde proviene y que qué circunstancias promueven esta sensación influencia o sentimiento que hace que la persona vaya más allá de sus propios límites, de acuerdo al progreso de la historia encontramos a Abraham Maslow quien por allá por los años de 1943 en su estudio con respecto a la teoría de la motivación él organizó este sistema de acuerdo a una jerarquía, que lo graficó como en una pirámide donde explica las necesidades básicas del ser humano y las necesidades superfluas que ayudan a que la persona pueda concebir cierto grado de satisfacción o concepción de sus resultados, viene dicho por el autor que estas personas para poder llegar al punto más alto de la pirámide necesitan haber podido cubrir primordialmente en inicio esas necesidades como es el caso de las necesidades fisiológicas el que vendrá descrito en una en un gráfico a continuación. Lo que prosigue a las necesidades fisiológicas es poder cubrir en un segundo plano las necesidades de seguridad, las personas tienen necesidad de tener la seguridad de que cuando despierten tendrán alimentos con los que puedan sustentarse, tendrán un trabajo que les ayude a poder lograr sus objetivos y poder cumplir con sus responsabilidades dentro del ámbito en el que se desempeñen, tienen la necesidad básica de poder

disfrutar de aspectos sociales de aspectos que los interrelacionen una persona con otra, que tengan la oportunidad de compartir experiencias, el hecho de poder tener una convivencia dentro de una sociedad en la que existe la diversidad de ideas y también existe la diversidad de aceptación con respecto a los pensamientos de cada persona entonces al tener esta necesidad satisfecha las personas manifiestan un cierto grado de motivación con respecto a su manera de desenvolverse dentro de la sociedad, otro de las principales necesidades que necesitan ser cubiertos para los seres humanos y que es un factor que promueve la motivación dentro de éstas, es el poder disfrutar de una estima, de un afecto, de aceptación, que se les considere como personas importantes frente a cierto nivel de emoción o relación interpersonal que pueda haber dentro de un círculo social, hace más una persona a la que tú tratas mejor, que aquella persona que por temor cumple ciertas responsabilidades y por último entre la jerarquía de necesidades a ser cubiertas y que pueda manifestar la motivación de una persona es el hecho de esa necesidad de sentirse autorrealizados, es uno de los puntos más elevados de la jerarquía debido a que para que puedan llegar a este punto las personas necesitan haber podido cubrir las cuatro principales necesidades básicas mencionadas anteriormente y poder no solamente saber que van a comer al día siguiente o si tendrán trabajo o no, sino también el hecho de que podrán ser espetados y admirados por las actividades o los las habilidades que ellos poseen (Colom Gorgues & Florensa Guiu, 2016).

Figura 1. Pirámide de necesidades



b) Marco Conceptual

Calidad de servicios

La calidad de servicio es un elemento que involucra el modo de trato o de relación entre dos sujetos que vienen determinados de cierto modo dependiendo del medio en el que se relacionan por ejemplo en el caso de la investigación se determina la calidad del servicio del trabajador hacia el cliente de este modo en diversos ámbitos de desarrollo. La calidad de servicio es un factor fundamental que en estos tiempos de constante innovación, crecimiento, diversificación de rentabilidad viene siendo considerado de suma importancia para garantizar la credibilidad, el posicionamiento de las empresas.

Dimensiones de la calidad de servicio

Dentro de la medición de calidad de servicio se determinan 5 aspectos fundamentales que cada organización, empresa califica de acuerdo a las expectativas de los consumidores, clientes; medir estas dimensiones regularmente puede ayudar a los negocios a entender la expectativa de los clientes, sus percepciones y los aspectos en los que se necesita mejorar, por lo que estos aspectos que califican como tangibilidad, fiabilidad, sensibilidad, garantía y empatía son fundamentales para poder garantizar la permanencia de un negocio, o una empresa, un emprendimiento en el mercado y que a través del tiempo está pueda crecer y generar mayor rentabilidad que proporcione cambios ventajosos frente a la competencia.

Estas dimensiones nos ayudan a determinar la cercanía de la calidad con la altura de las expectativas del cliente, la proporción de cuánto somos capaces como negocio hacer de que el cliente sienta un deleite en las experiencias que vive dentro de nuestro establecimiento, esto dependerá del grado de conocimiento y de aplicación de estas 5 dimensiones por lo que en muchos ámbitos de los negocios esa aplicabilidad de estas importantes dimensiones es deficiente trayendo consigo resultados ínfimos que no producen ninguna rentabilidad lucro o sustento a las organizaciones estas deficiencias se verán resueltas en cuanto tengamos el conocimiento de que los resultados se logran poniendo práctica las doctrinas ya establecidas por estudiosos e investigadores que en beneficio de la sociedad dedican su tiempo a hacer estas búsquedas que garanticen mejores resultados (Klokkenga, 2020).

Motivación

La motivación es algo que puede ayudar a cualquier individuo a mantenerse en acción, lograr los procesos necesarios e implementar las acciones pertinentes para conseguir un logro, objetivo o satisfacer una determinada necesidad. A las personas no nos motiva las mismas cosas, es eso lo que marca la diferencia en aquello que mueve a cada persona en la consecución de las metas y objetivos, por ejemplo una joven que desee una figura corporal saludable y admirable necesitará de la motivación para poder hacer posible llevar a cabo todo lo que requiere el poder lograrlo como instruirse sobre la correcta nutrición, seguir una rutina de ejercicios que beneficien en el logro de su objetivo. Y de este modo hay una variedad de ejemplos que indican que la motivación es un factor de suma importancia en la vida de las personas, lo vemos en una persona que desea lograr la riqueza y la libertad financiera esta persona se va a tener que educar sobre aspectos financieros aun cuando no le guste leer, va a tener que aprender a ahorrar y a hacer inversiones todo movido por la motivación (Peiró, 2020).

Empatía

Según las apreciaciones de la psicología la empatía es aquella capacidad, habilidad de solidarizarse con el estado emocional de otra persona para poder ofrecerle su apoyo emocional el que debido a circunstancias podría estar pasando un mal momento o simplemente quiera compartir su alegría con alguno. Es así como si en una empresa el líder es capaz de transmitir esta habilidad a sus trabajadores estos tendrán la mejor disponibilidad de alinearse a los objetivos y metas de las organizaciones pues sentirá que así como se le sostiene él también puede hacer lo mismo.

Valor

Definir este término es caracterizar y dar un cierto nivel de estimación a todo lo existente en este universo dentro de esta valoración podemos calificarlas de manera óptima o pésima. Cómo se califica esto dentro de una organización depende del grado de desenvolvimiento y productividad del trabajador desde la perspectiva del empleador, desde la posición del trabajador hacia el empleador lo califican por los beneficios y retribuciones que reciben entonces si esta es buena califican que están recibiendo la justa retribución y que están siendo correctamente valorados.

Confianza

Es un sentimiento humano que acompaña a las personas en su trayecto por la vida, es decir que lo que ayuda por ejemplo a una persona a poder ganar una carrera en una competencia esa confianza en sí mismo, en su fuerza y su preparación, sin todo ese proceso esta persona ni siquiera pensaría que podría ser capaz de trascender, que es lo que motiva a un inversor de apostar sus millones a ciertos negocios el hecho de que tiene la confianza en sus conocimientos y experiencias. Dentro de una empresa como un trabajador puede tener este sentimiento; cuando el empleador le concede la oportunidad de poder tomar decisiones independientes en beneficio del crecimiento de la empresa, o digamos como el trabajador siente que es una persona de confianza porque cumple con sus promesas y actividades a cabalidad sin necesitar que los ojos del empleador estén sobre él. Entonces podemos determinar que la confianza es un sentimiento que gracias a él tenemos la capacidad y habilidad de cumplir con nuestros objetivos gracias a esa seguridad sobre nuestras habilidades, conocimientos, fortalezas, capacidades y virtudes.

Retribución

Un instrumento o acto trascendente que nos permite saber que estamos recibiendo la proporción justa de lo que ofrecemos, lo que espero al realizar un trabajo es poder ser compensado de acuerdo a mis esfuerzos y habilidades. Es un tema de extenso tratar sin embargo se puede resumir en que lo que se da en términos de resultados debe ser retribuido, los trabajadores de una pollería esperan que su tiempo y esfuerzos reciban los justos reconocimientos.

Objetivos claros y comprensibles

Un objetivo es un punto cualquiera dependiendo de la prioridad de cada quien el poder llegar a ese determinado punto, sin importar el proceso lo primordial es lograr lo que se desea. El tener los objetivos claros, comprensibles y medibles favorece en la capacidad de tomar decisiones para llegar al logro de determinados resultados.

Que una organización manifieste sus objetivos de manera que los colaboradores puedan comprender y en consecuencia involucrarse en el logro de estos fines ayuda a que los resultados sean más favorables.

III. HIPÓTESIS

Hipótesis General

Existe relación entre la calidad de servicio y la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua.

Hipótesis Específicos

- ✓ Existe relación entre la retribución justa y oportuna con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua.
- ✓ Existe relación entre la confianza de los empleadores con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua.
- ✓ Existe relación entre la adecuada capacitación con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

En la presente investigación se usó el diseño no experimental, del tipo transeccional descriptivo.

Según Carrasco (2005), el diseño no experimental “son aquellos cuyas variables independientes carecen de manipulación intencional; analizan y estudian los hechos y fenómenos de la realidad después de su ocurrencia” (p. 71).

Según Carrasco (2005) indica que el diseño transaccional descriptivos “se emplea para analizar y conocer las características, rasgos, propiedades y cualidades de un hecho o fenómeno de la realidad en un momento determinado de tiempo” (p. 72).

El trabajo de investigación es descriptivo correlacional, para lograr determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el CP de Llicua.

La presente investigación es de nivel Descriptiva – Explicativa.

Según Garce (2000), se entiende por nivel de investigación descriptiva “aquel que narra, describe o explica minuciosamente lo que está sucediendo en un momento dado y lo interpreta” (p. 75).

La investigación explicativa es: la explicación de los fenómenos y el estudio de sus relaciones para conocer su estructura y los aspectos que intervienen en la dinámica de aquellos; está dirigida a responder a las causas de los eventos físicos o sociales y su interés se centra en explicar por qué y en qué condiciones ocurre un fenómeno o por qué dos o más variables se relacionan. (Sánchez y Reyes, 2006, p. 222).

4.2 El universo y muestra

Universo

El universo está constituido por 2 restaurantes pollería que se encuentran ubicados en el Centro Poblado de Llicua.

Muestra

La muestra está compuesta por 12 Trabajadores de 2 restaurantes de los restaurantes pollería ubicados en el Centro Poblado de Llicua.

1. Benji´s.- 7 trabajadores
2. La curva. - 5 trabajadores

4.3 Definición y operacionalización de variables

VARIABLES	DEFINICION CONCEPTUAL	DIMENSIÓN	DEFINICION OPERACIONAL	INDICADOR	ITEM	ESCALA
VARIABLE INDEPENDIENTE						
Calidad de servicio	la calidad de servicios es la capacidad de interactuar con los clientes de manera amena, saber escucharlos, respetarlos y comprenderlos son aspectos que contribuyen al crecimiento y desarrollo de la organización (CEUPE, 2022).	Empatía	La calidad de servicio depende de aspectos como la empatía; que se determina por la capacidad de interactuar con las personas, saber escuchar y de respetar y comprender a los clientes.	- Capacidad de interactuar - Saber escuchar - Respetar y comprender	<ul style="list-style-type: none"> · Capacidad de interactuar con las personas se relaciona con la empatía de los empleadores que garantiza la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. · Empleadores que sepan escuchar las necesidades de los trabajadores se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. · Que los empleadores respeten y comprendan a los trabajadores se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. 	Escala de likert
		Capacidad de respuesta	La calidad de servicio depende del tiempo de respuesta que es capaz de proporcionar el personal al mantener informado al cliente y medios de comunicación accesibles.	- Cliente informado - Comunicación accesible	<ul style="list-style-type: none"> · Mantener informado al personal sobre las políticas de administración se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. · Medios de comunicación accesibles a los trabajadores se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. 	
		Confianza	La calidad de servicio depende de la confianza que manifiestan a través de la honestidad del trabajador, del buen trato y la previsibilidad.	- Honestidad del trabajador	<ul style="list-style-type: none"> · Que el empleador sea honesto con el trabajador se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. 	

VARIABLE DEPENDIENTE						
Motivación en los trabajadores	Se define motivación en los trabajadores a la capacidad, compromiso, nivel de energía, persistencia, creatividad que los trabajadores emplean dentro de su ambiente de labores, logrando así un trabajo eficiente y con los resultados que superan las expectativas, de este modo generando mayor productividad (Cibernos grupo, 2022).	Valor	La motivación en los trabajadores se caracteriza por valor que se le da a su labor a través del reconocimiento de sus logros, su utilidad y valor intrínseco.	<ul style="list-style-type: none"> - Valor de logro - Valor de utilidad - Valor intrínseco 	<ul style="list-style-type: none"> · Que se les dé un valor a los logros de los trabajadores se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. · El valor de la utilidad que el trabajador proporciona al restaurante y sea reconocido se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. · El respeto del valor intrínseco del trabajador se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua 	Escala de likert
		Retribución	La motivación en los trabajadores depende de la retribución en cuanto a la estabilidad el reconocimiento de los esfuerzos y tiempos extras.	<ul style="list-style-type: none"> - Estable - Reconocimiento de esfuerzos 	<ul style="list-style-type: none"> · La condición laboral estable se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. · El reconocimiento de los esfuerzos y tiempos extras se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. 	
		Objetivos claros y comprensibles	La motivación en los trabajadores depende de cuan claros y comprensibles son los objetivos a través de las metas realistas, objetivos establecidos y objetivos medibles.	<ul style="list-style-type: none"> - Metas realistas - Establecimiento de objetivos - Objetivos medibles 	<ul style="list-style-type: none"> · Proposición de metas realistas se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. · El establecimiento de objetivos se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. · Qué los objetivos sean medibles se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. 	

		Componente afectiva y emocional	La motivación en los trabajadores depende del componente afectivo y emocional a través de la preservación de su autoestima, el respeto de sus creencias y las escalas de crecimiento.	<ul style="list-style-type: none"> - Preservación de la autoestima - Respeto de las creencias - Escalas de crecimiento 	<ul style="list-style-type: none"> · La preservación de la autoestima se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. · El respeto por las creencias del trabajador se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. · Que dentro del restaurante haya escalas de crecimiento bien establecidos se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua. 	
--	--	---------------------------------	---	---	---	--

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica. - Para el desarrollo de la presente investigación se empleó la técnica de la observación del fenómeno, persona, situación, etc. Con el propósito de recolectar datos y la encuesta.

Instrumento. - El instrumento que se utilizó para medir y determinar la relación de las variables fue el cuestionario.

4.5 Plan de análisis

Para realizar el análisis de los datos se realizará la revisión de la validez de la información, que según Valderrama Mendoza (2017), “Consiste en verificar los resultados a través de una muestra pequeña, por ejemplo, para hallar la confiabilidad o la prueba de hipótesis” a través de este sustento se realizará el procesamiento de la información haciendo uso de los siguientes elementos y medios que me permitirán la obtención de resultados más certeros.

- Microsoft Excel donde se realizará el procesamiento de la información que se obtendrá a través de la encuesta del cuestionario en el que se determinará la frecuencia y la variabilidad dentro de la escala de Likert. El mismo que también me servirá para el procesamiento de las tablas y gráficos que se incorporarán en los resultados del informe final.
- Microsoft Word el medio que ayudará en la factibilidad de la redacción de la presente investigación y la aplicación adecuada de las normas APA vigente para el presente año.
- El programa de PDF que favorecerá la presentación y envío más seguro del presente trabajo y en futuro el informe final de la investigación.
- Microsoft PowerPoint será el software que me servirá de herramienta para poder a modo práctico proyectar y diseñar la presentación para la exposición de mi investigación.
- El Sistema Integrado de Anti-plagio; Turnitin lo usaré para determinar el grado de similitud de esta investigación y hacer de este un trabajo específicamente correcto y válido que pueda servir a los que deseen hacer valoraciones sobre este tipo de investigación.

4.6 Matriz de consistencia

CALIDAD DE SERVICIO Y MOTIVACION EN LOS TRABAJADORES DE LOS RESTAURANTES POLLERÍAS EN EL CPM DE LLICUA, AMARILIS, HUANUCO – 2022

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA			PLAN DE ANÁLISIS
				POBLACIÓN Y MUESTRA	MÉTODO	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	
<p>¿En qué medida la calidad de servicio se relaciona con la motivación en los trabajadores de los pollerías en el Centro Poblado de LLicua?</p> <p>¿En qué medida la retribución justa y oportuna se relaciona con la motivación en los trabajadores de los pollerías en el Centro Poblado de LLicua?</p> <p>¿En qué medida la confianza de los empleadores se relaciona con la motivación en los trabajadores de los restaurantes</p>	<p>Objetivo general Determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua.</p> <p>Objetivos específicos Determinar la relación que existe entre la retribución justa y oportuna con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua.</p>	<p>Hipótesis general Existe relación entre la calidad de servicio y la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua.</p> <p>Hipótesis específicas Existe relación entre la retribución justa y oportuna con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua.</p> <p>Existe relación entre la confianza de los empleadores con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías</p>	<p>Independiente: Calidad de servicio</p> <p>Dependiente: Motivación en los trabajadores</p>	<p>Universo: 2 restaurantes pollería</p> <p>Muestra: 12 trabajadores de 2 pollerías</p>	<p>Diseño: Nivel descriptivo – explicativa No Experimental de tipo transeccional descriptivo</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: cuestionario.</p>	<p>Los datos de la investigación fueron tratados bajo el análisis descriptivo y tabulación mediante Microsoft Word, para elaborar la redacción del trabajo de investigación, las tablas y se realizó el análisis de los resultados, se utilizó el PDF para presentar el trabajo de investigación final, se utilizó el programa Turnitin para hacer la verificación que no existe plagio, para el procesamiento de los datos se usó el sistema de procesamiento de datos EXCEL y por último el PPT para la presentación de la ponencia.</p>

<p>pollerías en el Centro Poblado de LLicua?</p> <p>¿En qué medida la adecuada capacitación se relaciona con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua?</p>	<p>Analizar la relación entre la confianza de los empleadores con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua.</p> <p>Evaluar la relación existente entre la adecuada capacitación con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua.</p>	<p>en el Centro Poblado de LLicua.</p> <p>Existe relación entre la adecuada capacitación con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua.</p>					
--	---	--	--	--	--	--	--

4.7 Principios éticos

La preservó la confidencialidad de la identidad de los participantes en la aplicación de la presente investigación.

Se solicitaron los permisos correspondientes que consintieron el desarrollo de la presente investigación.

Se manejó con cautela y cuidado los datos proporcionados por los participantes de la investigación.

Se proporcionará toda la información requerida por los participantes para garantizar la confianza y la participación amena de los participantes.

La presente investigación se realizará bajo los regímenes de respeto de la disponibilidad y tiempo de los participantes.

El tratamiento será equitativo e igualitario entre todos los participantes y a los mismos que se transmitirá la información adecuada y oportuna.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Relación entre la calidad de servicio y motivación

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	11	92%
A VECES	1	8%
NUNCA	0	0%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías.

Tabla 2

Relación entre la confianza de los empleadores y la motivación

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
SIEMPRE	8	67%
A VECES	4	33%
NUNCA	0	0%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías.

Tabla 3*Relación entre la adecuada capacitación y la motivación*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	10	83%
A VECES	2	17%
NUNCA	0	0%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías**Tabla 4***Relación entre la capacidad de interacción con los clientes y la empatía*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	8	67%
A VECES	3	25%
NUNCA	1	8%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías**Tabla 5***Relación entre la capacidad de escucha de los empleadores y la calidad de servicio*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	9	75%
A VECES	3	25%
NUNCA	0	0%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías

Tabla 6*Relación entre el respeto y la comprensión de los empleadores y la calidad de servicio*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	8	67%
A VECES	4	33%
NUNCA	0	0%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías**Tabla 7***Relación entre la información de la política de administración y la calidad de servicio*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	8	67%
A VECES	3	25%
NUNCA	1	8%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías**Tabla 8***Relación entre los medios de comunicación accesible y la calidad de servicio*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	5	42%
A VECES	7	58%
NUNCA	0	0%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías

Tabla 9*Relación entre la honestidad y la calidad de servicio*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	9	75%
A VECES	2	17%
NUNCA	1	8%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías**Tabla 10***Relación entre la confianza de los empleadores y la motivación*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	8	67%
A VECES	3	25%
NUNCA	1	8%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías**Tabla 11***Relación entre el valor de la utilidad y la motivación*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	7	58%
A VECES	4	33%
NUNCA	1	8%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías

Tabla 12*Relación entre el valor intrínseco y la motivación*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	6	50%
A VECES	6	50%
NUNCA	0	0%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías**Tabla 13***Relación entre la condición laboral y la motivación*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	8	67%
A VECES	4	33%
NUNCA	0	0%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías**Tabla 14***Relación entre el reconocimiento de los esfuerzos y tiempos extras y la motivación*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	12	100%
A VECES	0	0%
NUNCA	0	0%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías

Tabla 15*Relación entre las metas realistas y la motivación*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	6	50%
A VECES	5	42%
NUNCA	1	8%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías**Tabla 16***Relación entre el establecimiento de los objetivos y la motivación*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	5	42%
A VECES	7	58%
NUNCA	0	0%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías**Tabla 17***Relación entre los objetivos medibles y la motivación*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	4	33%
A VECES	8	67%
NUNCA	0	0%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías

Tabla 18*Relación entre la preservación de la autoestima y la motivación*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	9	75%
A VECES	2	17%
NUNCA	1	8%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías**Tabla 19***Relación entre el respeto por las creencias y la motivación*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	7	58%
A VECES	5	42%
NUNCA	0	0%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías**Tabla 20***Relación entre las escalas de crecimiento y la motivación*

RESPUESTA	N	%
SIEMPRE	7	58%
A VECES	4	33%
NUNCA	1	8%
TOTAL	12	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de los restaurantes pollerías

5.2. Análisis de resultados

En los resultados del trabajo se pudo apreciar qué la calidad de servicio y motivación son 2 factores que contribuyen a mejorar el desarrollo y crecimiento de una organización, que coincide con las investigaciones de Reyes Mariátegui, (2020) y Molina Rodriguez (2019), manifestación que podemos verificar en el gráfico 1.

Por lo expuesto en el objetivo principal, se busca determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua, los resultados nos demuestran que existe un porcentaje elevado de relación entre estas dos variables, pues los trabajadores encuestados manifiestan que la calidad de servicio se relaciona directamente con la motivación que ellos puedan sentir y manifestar en sus ambientes de trabajo, el que también siendo comparado con las investigaciones de Reyes Mariátegui, (2020) y Molina Rodriguez (2019) en sus tesis *Motivación del personal operativo y su relación con el desempeño laboral en un restaurante de ate. Lima 2020* y *La satisfacción del usuario como indicador de calidad en el servicio* se pudo determinar como resultado de la satisfacción del 92% que manifiestan la relación existente entre estas 2 variables, de esto resulta y podemos afirmar que existe una relación e influencia entre la calidad de servicio y la motivación de los trabajadores, de esto se concluye de que el ambiente laboral y ciclo de vinculo laboral con los empleadores contribuye al crecimiento, desarrollo y posicionamiento que logre tener el restaurante.

Según lo dispuesto en el objetivo específico 1, se busca determinar la relación que existe entre la retribución justa y oportuna con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua, los resultados nos demuestran según gráfico 14 que existe una relación bastante considerable entre estas dos variables pues el 100% de los trabajadores encuestados sostienen que el valor que le den a los logros que ellos obtienen dentro del restaurante depende la retribución que reciben por sus esfuerzos y tiempos extras que ellos puedan emplear dentro de la organización, pues en comparación a la investigación de Reyes Gonzales, (2020) en su estudio sobre *el clima organizacional y su influencia sobre la motivación del personal del Hospital Liborio Panchana Sotomayor*, sostiene que es fundamental tener en consideración el cuidado, respeto y protección hacia nuestros colaboradores pues de ellos depende el progreso, crecimiento y desarrollo de nuestro negocio.

Según lo planteado en el objetivo específico 2, se pretende analizar la relación entre la confianza de los empleadores con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua, los resultados obtenidos según el grafico 2 nos indica que la relación existente entre la confianza de los empleadores hacia los trabajadores y la motivación tiene una estrecha relación el que indica que el 67% de los trabajadores están de acuerdo con esta afirmación.

Según lo planteado en el objetivo específico 3, se pretende evaluar la relación existente entre la adecuada capacitación con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua, los resultados obtenidos según el grafico 3 nos indica que la relación existente entre la adecuada capacitación de los trabajadores y la motivación tiene una estrecha relación que indica que el 83% de los trabajadores están de acuerdo con esta afirmación.

VI. CONCLUSIONES

- ✓ En la investigación se determinó la relación existente entre la calidad de servicio y la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de Llicua, pues la mayoría de los trabajadores sostiene que sin motivación no existe calidad de servicio.
- ✓ En esta tesis se determinó la relación existente entre la retribución justa y oportuna con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de Llicua, los trabajadores encuestados sostuvieron que recibir el justo reconocimiento es importante para que ellos desarrollen sus labores de manera amena y productiva.
- ✓ En esta investigación se analizó la relación entre la confianza de los empleadores con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de Llicua, pues es vital de que los empleadores sientan seguridad de las capacidades y habilidades de los trabajadores, de este modo también los impulsan a seguir mejorando.
- ✓ En la presente investigación se evaluó la relación existente ente la adecuada capacitación con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de Llicua, pues el incremento de sus conocimientos y estrategias da a los trabajadores mejores herramientas que aplicar en la atención a los clientes.

VII. RECOMENDACIONES

- Realizar estudios que contribuyan al conocimiento sobre las técnicas de motivación a los trabajadores para que estos tengan la capacidad de brindar servicio de calidad a los clientes.
- Retribuir de manera justa y oportuna los esfuerzos de los trabajadores en función a las responsabilidades y la remuneración que perciben, es vital recalcar que la existencia de una organización es gracias a los colaboradores por lo que es vital cuidar nuestro personal para que ellos cuiden a los clientes,
- Impartir confianza a los trabajadores, crearles seguridad con el reconocimiento de sus capacidades y habilidades y dejarles tomar iniciativas con guía, para que sepan que también tienen un rol fundamental dentro de la organización.
- Realizar capacitaciones programadas y oportunas que a los colaboradores les beneficie en sus conocimientos sobre la atención al cliente, modalidades y metodologías de venta, retención de clientes, aspectos fundamentales que ayudaran en el incremento de rentabilidad de la organización y mejoramiento de las capacidades y habilidades de los colaboradores.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Alvarado R., K., & Pumisacho Alvaro, V. (2017). *Redalyc*. Prácticas de mejora continua, con enfoque Kaizen, en empresas del Distrito Metropolitano de Quito: un estudio exploratorio: <https://www.redalyc.org/pdf/549/54950452008.pdf>
- Aranda s.. (2021). *Beneficios de proveer un servicio al cliente de buena calidad*. <https://arandasoft.com/blog/beneficios-de-proveer-un-servicio-al-cliente-de-buena-calidad/#:~:text=Algunos%20beneficios%20de%20proveer%20un,la%20lealtad%20de%20los%20clientes.>
- Arellano D., H. (2017). *UdgVIRTUAL*. calidad de servicio como ventaja competitiva: <http://148.202.167.116:8080/jspui/handle/123456789/3194>
- Baca A., C. (2018). *Repositorio de la Universidad Peruana del Norte*. Motivación laboral y calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara - Ate Vitarte: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24547/Baca%20Ardiles%2c%20Cinthia%20Anais.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Calderón A., Z. (2013). La cultura organizacional en la estabilidad laboral: <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2013/05/43/Calderon-Zulma.pdf>
- CEUPE. (2022). *Que es la calidad de servicio?* <https://www.ceupe.com/blog/que-es-la-calidad-de-servicio.html>
- Cibernos g. (2022). *Importancia de la motivación de los trabajadores de una empresa*. <https://www.grupocibernos.com/blog/la-importancia-de-la-motivacion-de-los-trabajadores-en-una-empresa>
- Cinthia A., B. (2020). *Repositorio Universidad Privada del Norte*. Motivación laboral y calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara - Ate Vitarte : <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/24547/Baca%20Ardiles%2c%20Cinthia%20Anais.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Colom G., A., & Florensa Guiu, R. (2016). *Academia.edu*. El pequeño libro de la motivación: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/52519449/33578_EL_PEQUENO_LIBRO_DE_LA_MOTIVACION-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1661375737&Signature=CTY9nPinb5yYl8qwtmq5pjsY3IKL1Uqqlp~yPAAvht17cp95dgYRZ37COKFdJYJ7CmhsCqPtH1xXwlprsUgZdBQB yFivaRlcvySrjc72ASm0YKiuesWW
- Contreras T., M. (2018). *Univeridad Norbert Wiener*. Gestión de la calidad con enfoque al cliente y su relación con la competitividad en micro empresas farmacéuricas de Cercado de Lima: <http://repositorio.uwiener.edu.pe/handle/123456789/2137>
- Coronel S., J., Basantes Avalos, R., & Vinueza Jara, A. (2019). *Revista ESPACIOS*. Un estudio de la calidad en restaurantes de mariscos (Ecuador): <http://www.revistaespacios.com/a19v40n07/19400709.html>

- Coronel S., J., Basantes Avalos, R., & Vinueza Jara, A. (2019). *Revista ESPACIOS*. Un estudio de la calidad del servicio en restaurantes de mariscos (Ecuador): <http://www.revistaespacios.com/a19v40n07/19400709.html>
- Eliseo, M. (18 de Noviembre de 2021). *grupocibernos*. La importancia de la motivación de los trabajadores en una empresa: <https://www.grupocibernos.com/blog/la-importancia-de-la-motivacion-de-los-trabajadores-en-una-empresa>
- Gonzales P., C., Tello Casas, A., & Vega Portugal, F. (2017). *Repositorio de Pontificia Universidad Católica del Perú - Facultad de Gestión y alta dirección*. Estudio de los determinantes de la satisfacción del cliente en universidades privadas: análisis de los comedores universitarios de la PUCP: https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/9891/GONZALES_TELLO_VEGA_ESTUDIO_DE_LOS_DETERMINANTES_DE_LA_SATISFACCION_DEL_CLIENTE_EN_UNIVERSIDADES_PRIVADAS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández P., H., Martínez Sierra, D., & Cardona Arbeláez, D. (2016). *Revistas.unilibre*. Enfoque basado en procesos como estrategia de dirección para las empresas de transformación: <https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/saber/article/view/499>
- Huacaya T., R., & Huicho Martinez, E. (2018). La calidad de servicios y la ventaja competitiva en el Banco de la Nación Agencia II Huancavelica: <https://1library.co/document/q7w3omrz-calidad-servicios-ventaja-competitiva-banco-nacion-agencia-huancavelica.html>
- Illescas H, L. (15 de Marzo de 2019). *Repositorio Universidad Cuenca*. Análisis de la calidad de servicio en los hoteles Oro Verde y Veuxox de la Ciudad de Machala: Análisis de la calidad de servicio en los hoteles Oro Verde y Veuxox de la Ciudad de Machala
- I. T. S.. (Septiembre de 2013). *El buzón de Pacioli*. Importancia de la calidad de servicio al cliente: <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Jejen F., L. (2021). *Eduneuro*. La importancia de la calidad y el servicio: <http://eduneuro.com/revista/index.php/revistaneuronum/article/view/335>
- K., B. (November de 2020). Como medir las 5 dimensiones de la calidad del servicio: <https://www.getfeedback.com/resources/cx/how-to-measure-the-5-dimensions-of-service-quality/#:~:text=The%20five%20service%20quality%20dimensions,responsiveness%2C%20assurance%2C%20and%20empathy.>
- León R., E. (2016). *Redalyc*. El marco conceptual relacionado con la calidad: una torre de Babel: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/16213/Le%c3%b3n_REN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Marchan C., M. (2018). *Repositorio Universidad Nacional de Tumbes*. Gestión de la calidad : <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225029797010.pdf>
- Mejías A., A., Godoy Duran, E., & Piña Padilla, R. (2018). *Redalyc.org*. impacto de la calidad de servicios sobre la satisfacción de los clientes en una empresa en mantenimiento: <https://www.redalyc.org/journal/880/88055200020/html/>
- Molina R., A. (mayo de 2019). *Repositorio de la Universidad Peruana de las Americas*. Calidad de servicio y percepcion de satisfaccion del cliente en el condominio jardines de la catolica:
<http://repositorio.ulasamericas.edu.pe/bitstream/handle/upa/591/CALIDAD%20DE%20SERVICIO%20Y%20PERCEPCI%C3%93N%20DE%20SATISFACCI%C3%93N%20DEL%20CLIENTE%20EN%20EL%20CONDOMINIO%20JARDINES%20DE%20LA%20CAT%C3%93LICA%2C%20LIMA%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Monares E., K., & Flores Ccorahua, A. (2022). *Repositorio de la Universidad de Cesar Vallejo*. Planificacion estrategica y calidad de servicio en el restaurante Markansaya Peru - Moquegua:
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/91476/Monares_EK-Flores_CA-SD.pdf?sequence=1
- Mora C., C. (2011). *Redalyc*. La calidad del servicio y la satisfacción del consumidor: <https://www.redalyc.org/pdf/4717/471747525008.pdf>
- Muñante C., A. M., & Perez Sánchez, M. N. (2018). *Repositorio de la Universidad Nacional del Callao*. Satisfacción laboral y motivación de los profesionales de enfermería en los servicios de hospitalización del hospital Luis Negreiros Vega ESSALUD: <http://repositorio.unac.edu.pe/handle/20.500.12952/3838>
- Ñaupá M., F. (2020). *Repositorio Universidad Peruana Unión Facultad de Ciencias Empresariales*. Gestión de procesos y calidad de servicio en el Restaurant "El Trujillano" - Juliaca:
https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3717/Flor_%C3%91aupá_Trabajo_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ospina L., J. (2019). *Repositorio de la Universidad Continental del Perú*. Calidad de servicio y su influencia en la satisfaccionn del cliente de la empresa Super Break cafeterias y salon de tés:
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10236/3/IV_FCE_318_TI_Ospina_Limache_2021.pdf
- Ospina L., J. (2021). *Repositorio Universidad Continental del Perú*. Calidad de servicio y su influencia en la satisfacción del cliente:
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10236/3/IV_FCE_318_TI_Ospina_Limache_2021.pdf
- Ospina, L. J. (2021). *Repositorio Universidad Continental del Perú*. Calidad de servicio y su influencia en la satisfaccion del cliente:
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/10236/3/IV_FCE_318_TI_Ospina_Limache_2021.pdf

- Peiró, R. (4 de diciembre de 2020). *Motivación*.
<https://economipedia.com/definiciones/motivacion-2.html>
- Perez R., Y., & Coutín Domínguez, A. (2021). *Scielo*. La calidad como herramienta estratégica paraa la gestión empresarial:
http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2588-09692021000100019&script=sci_arttext
- Pérez V., P., & Azzollini, S. (2017). *Repositorio.pucp*. El liderazgo del diseñador industrial en el mundo empresarial:
<https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/169839>
- Reyes G., S. (2020). *Universidad estatal península de Santa Elena Facultad Ciencias Administrativas Carreras de Administración de Empresas*. Componente practico del examen complejo previo: <https://docplayer.es/217100831-Universidad-estatal-peninsula-de-santa-elena-facultad-ciencias-administrativas-carrera-de-administracion-de-empresas.html>
- Reyes M., R., & Santiago Berrios, K. (2019). *Repositorio de la Universidad Nacional de Hermilio Valdizán*. La calidad en la atención del servicio y su relación con la fidelidad de los clientes en el Restaurante Fast Food "Lookcos":
file:///C:/Users/luck_/Downloads/TAD00701R47.pdf
- Reyes M., D. (2020). *Repositorio de la Universidad Señor de Sipan*. Motivación del personal operativo y su relación con el desempeño laboral en un restaurante de Ate - Lima :
https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/9442/Reyes%20Mari%c3%a1tegui%20Danny%20Percy_.pdf?sequence=6&isAllowed=y
- Rivera F., N. (2018). *1 Library*. Relación entre motivación laboral y retención de empleados del área de operaciones de una empresa aseguradora de lima:
<https://1library.co/document/z3dm959y-relacion-motivacion-laboral-retencion-empleados-operaciones-empresa-aseguradora.html>
- Rodríguez C., Z. (2021). *Econdesarrollo*. Teoria de la decisión multicriterio: un enfoque para la toma de decisiones:
<http://www.econdesarrollo.uh.cu/index.php/RED/article/view/697/0>
- Romero P., I., Dopico Pérez, H., & Fernández Tellez, I. (2019). *Scielo*. Análisis integral de la motivación: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03002019000200056
- Saravia E., L. (2017). *Universidad Inca Garcilaso de la Vega Facultad de psicología y trabajo social*. Satisfacción laboral de los trabajadores de una empresa dedicada al rubro de alimentos y bebidas ubicada en el distrito de chorrillos:
<https://docplayer.es/134541956-Universidad-inca-garcilaso-de-la-vega-facultad-de-psicologia-y-trabajo-social.html>
- Sernaqué S., M. (2018). *Repositorio de la ULADECH*. caracterizacion de la capacitacion y evaluacion del desempeño en las MYPE rubro restaurant pollerías del distrito la union - Piura:

https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/19065/CAPA_CITACION%20AC_EVALUACION_SERNAQUE_SILVA_MIRIAN_JOVANY.pdf?sequence=1

sodexo. (2022). *Quality life services*. Motivación en el trabajo: De la teoría a la práctica: <https://blog.sodexo.it/motivazione-al-lavoro-dalla-teoria-alla-pratica>

Swart, L.-A., Kramer, S., Ratele, K., & Seedat, M. (2019). *ResearchGate*. Diseño de investigación no experimental: https://www.researchgate.net/publication/331854546_Non-experimental_research_designs_Investigating_the_spatial_distribution_and_social_ecology_of_male_homicide

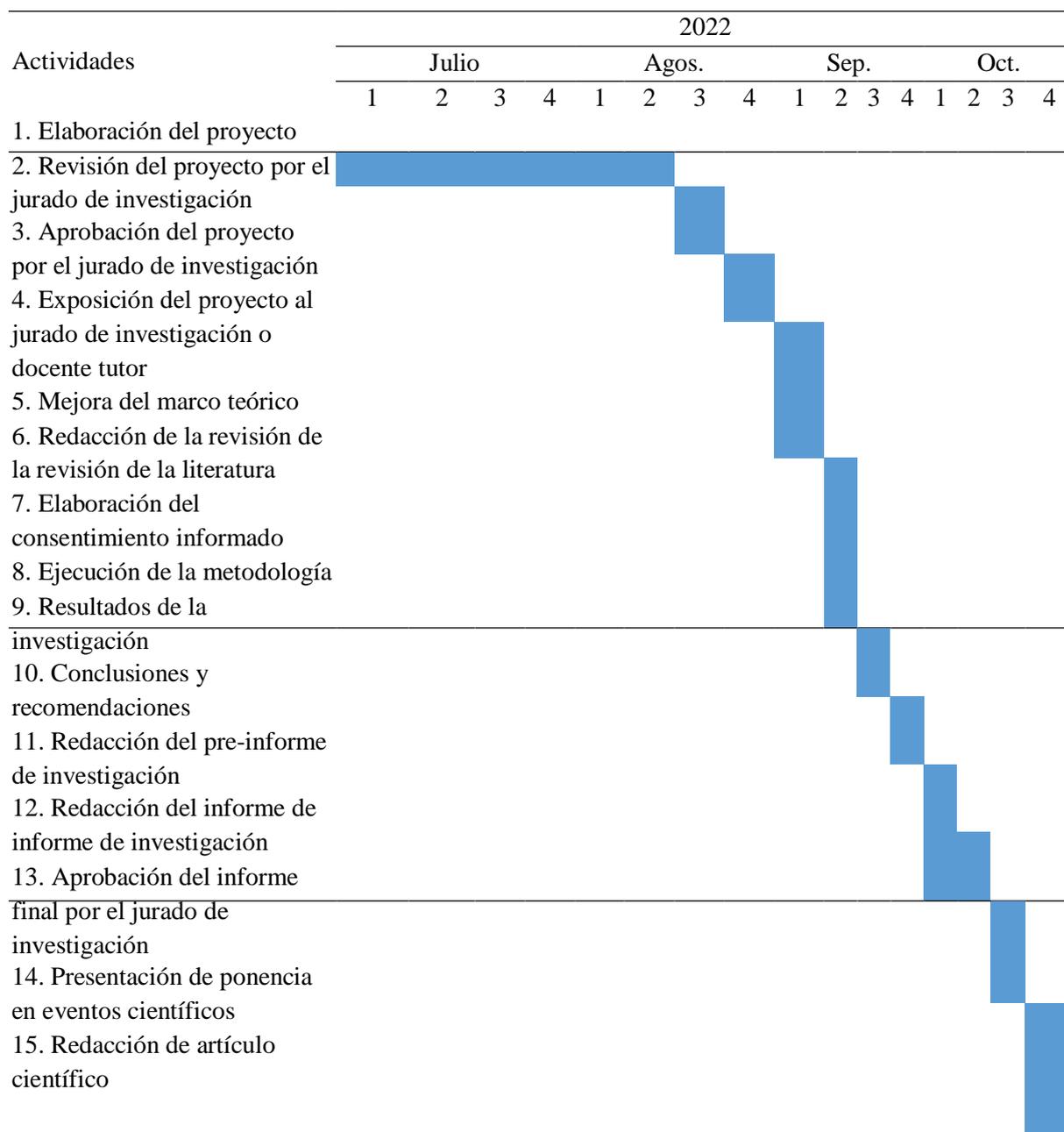
Tsareva, N., Yakimova, Z., & Vlasenko, A. (2019). *Dilemascontemporaneos*. Papel de la creación de trabajos, la participación del personal y el estrés laboral: <https://dilemascontemporaneoseducacionpoliticaayvalores.com/index.php/dilemas/article/view/984>

Valderrama M., S. (2017). *San Cristobal libros*. Metodología del trabajo universitario: http://www.sancristoballibros.com/libro/metodologia-del-trabajo-universitario_45746

Velez de Villa V., K. (2020). *Repositorio de la Universidad Nacional Hermilio Valdizav*. Calidad de servicio y lealtad del cliente en el restaurante "El Bambu" del Distrito de Pillco Marca - Huánuco: <https://repositorio.unheval.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13080/6884/TTH00068V39.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades



Anexo 2: Presupuesto

Presupuesto desembolsable (Estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
· Impresiones	25.00	2	50.00
· Fotocopias	15	3	45.00
· Empastado	-	-	0.00
· Papel bond A-4 (500 hojas)	22.00	1	22.00
· Lapiceros	3.00	1	3.00
Servicios			
· Pago de taller	540.00	4	2160.00
· Uso de Turnitin	100.00	1	100.00
Sub total			2380.00
Gastos de viaje			
· Pasajes para recolectar información	3.00	15	45.00
Sub total			45.00
Total de presupuesto desembolsable			2425.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
· Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	70.00	4	280.00
· Búsqueda de información en base de datos	40.00	2	80.00
· Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	45.00	4	180.00
· Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			590.00
Recurso humano			
· Asesoría personalizada (3 horas por semana)	100.00	4	400.00
Sub total			400.00
Total de presupuesto no desembolsable			990.00
Total (S/.)			3,415.00

Anexo 3: Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CONSENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a).

BENJAMÍN VIDAL BERAÓN - POLLERÍA. PENNS.

Estoy realizando un estudio de investigación para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración: CALIDAD DE SERVICIO Y MOTIVACION EN LOS TRABAJADORES DE LOS RESTAURANTES POLLERÍAS EN EL CP DE LLICUA, AMARILIS, HUANUCO - 2022.

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de los dueños y trabajadores de los restaurantes pollerías en el centro poblado de Llicua que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso de la encuesta como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa.

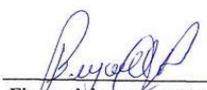
Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote Centurión Medina Aguilar quien tiene el N° de celular 980259211 o a su Correo: rcenturionm@uladech.edu.pe

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio.

Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

<u>POLL JEFFERSON CAIRO ASCA</u> Nombre del estudiante investigador	 Firma del estudiante investigador	<u>31/08/2022</u> Fecha	<u>16:38 P.m</u> Hora
<u>BENJAMÍN VIDAL B.</u> Nombre del representante de la empresa	 Firma del representante de la empresa	<u>31/08/2022</u> Fecha	<u>16:38 P.m</u> Hora



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

CON ENTIMIENTO INFORMADO

Estimado señor (a).

...

Estoy realizando un estudio de investigación para optar el Título Profesional de Licenciado en Administración: CALIDAD DE SERVICIO Y MOTIVACION EN LOS TRABAJADORES DE LOS RESTAURANTE POLLERÍAS EN EL CP DE LLTCUA, AMARILIS, HUANUCO - 2022.

Su participación es voluntaria e incluirá solamente a aquellos representantes de los dueño y trabajadores de los restaurantes pollerías en el centro poblado de Llicua que deseen participar. Una vez aceptada su participación, el estudiante investigador le alcanzará una encuesta en donde usted responderá las interrogantes relacionadas con el uso de la encuesta como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa.

Toda información que usted nos proporcione será totalmente confidencial y solo con fines pedagógicos y por un periodo de 5 años, posteriormente los formularios serán eliminados.

Si tiene dudas al respecto, puede comunicarse con el Docente Tutor Investigador de la Escuela de Administración de la ULADECH de la ciudad de Chimbote Centurión Medina Aguilar quien tiene el N° de celular 980259211 o a su Correo: rcenturionm@uladech.edu.pe

Declaración del participante

He leído y he entendido la información escrita en estas páginas y firmo este documento, con mi derecho como ciudadano, autorizando mi participación en el estudio.

Mi firma acredita también que he recibido una copia de este consentimiento informado.

Firma del estudiante investigador


Firma del estudiante investigador

31/08/2022
Fecha

Firma del representante de la empresa

Firma del representante de la empresa


Firma del representante de la empresa

31/08/2022
Fecha

Firma del representante de la empresa

Anexo 4: Validación por Juicio de expertos

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y nombres del informante (Experto):** Mg. Simeón Soto Espejo
- 1.2. **Grado Académico:** Magister
- 1.3. **Profesión:** Mg. en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** Universidad de Huánuco
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario de calidad de servicios y su relación con la motivación
- 1.7. **Autor del instrumento:** Calvo Asca Poll Jefferson
- 1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿La calidad de servicio se relaciona con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
2. ¿La confianza de los empleadores se relaciona con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
3. ¿La adecuada capacitación se relaciona con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		

4. ¿La capacidad de interactuar con las personas se relaciona con la empatía de los empleadores que garantiza la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	x		x		x		
5. ¿Qué los empleadores sepan escuchar las necesidades de los trabajadores se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	x		x		x		
6. ¿Qué los empleadores respeten y comprendan a los trabajadores se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	x		x		x		
7. ¿Mantener informado al personal sobre las políticas de administración se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	x		x		x		
8. ¿Proporcionar medios de comunicación accesibles a los trabajadores se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	x		x		x		
9. ¿Qué el empleador sea honesto con el trabajador se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	x		x		x		

10. ¿Qué se les dé un valor a los logros de los trabajadores se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
11. ¿El valor de la utilidad que el trabajador proporciona al restaurante y sea reconocido se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
12. ¿El respeto del valor intrínseco del trabajador se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
13. ¿La condición laboral estable se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
14. ¿El reconocimiento de los esfuerzos y tiempos extras se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
15. ¿Qué se les proponga metas realistas se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
16. ¿El establecimiento de objetivos se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		

17. ¿Qué los objetivos sean medibles se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	x		x		x		
18. ¿La preservación de la autoestima se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
19. ¿El respeto por las creencias del trabajador se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
20. ¿Qué dentro del restaurante haya escalas de crecimiento bien establecidos se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		



Mg. Simeón Soto Espejo
DNI N°41831780

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Dr. Andy Williams Chamoli Falcon

1.2. Grado Académico: Doctor

1.3. Profesión: Abogado

1.4. Institución donde labora: Universidad Privada del Norte

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario de calidad de servicios y su relación con la motivación

1.7. Autor del instrumento: Calvo Asca Poll Jefferson

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

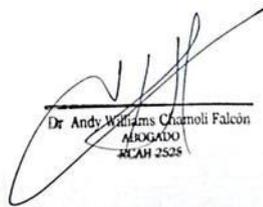
Ítems correspondientes al Instrumento

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿La calidad de servicio se relaciona con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
2. ¿La confianza de los empleadores se relaciona con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
3. ¿La adecuada capacitación se relaciona con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
4. ¿La capacidad de interactuar con las personas se relaciona con la empatía de los empleadores que	X		X		X		

garantiza la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?							
5. ¿Qué los empleadores sepan escuchar las necesidades de los trabajadores se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	x		x		x		
6. ¿Qué los empleadores respeten y comprendan a los trabajadores se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	x		x		x		
7. ¿Mantener informado al personal sobre las políticas de administración se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	x		x		x		
8. ¿Proporcionar medios de comunicación accesibles a los trabajadores se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	x		x		x		
9. ¿Qué el empleador sea honesto con el trabajador se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	x		x		x		
10. ¿Qué se les dé un valor a los logros de los trabajadores se relaciona con la motivación de los trabajadores de los	x		x		x		

restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?							
11. ¿El valor de la utilidad que el trabajador proporciona al restaurante y sea reconocido se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
12. ¿El respeto del valor intrínseco del trabajador se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
13. ¿La condición laboral estable se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
14. ¿El reconocimiento de los esfuerzos y tiempos extras se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
15. ¿Qué se les proponga metas realistas se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
16. ¿El establecimiento de objetivos se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
17. ¿Qué los objetivos sean medibles se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	x		x		x		

18. ¿La preservación de la autoestima se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
19. ¿El respeto por las creencias del trabajador se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
20. ¿Qué dentro del restaurante haya escalas de crecimiento bien establecidos se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		



Dr. Andy Williams Chamoli Falcon
 ABOGADO
 MCAH 2525

Dr. Andy Williams Chamoli Falcon
 DNI N° 43664627

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Dr. Verónica Cajas Bravo

1.2. Grado Académico: Doctor

1.3. Profesión: Economista

1.4. Institución donde labora: Universidad Nacional Hermilio Valdizan

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario de calidad de servicios y su relación con la motivación

1.7. Autor del instrumento: Calvo Asca Poll Jefferson

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento

N° de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1. ¿La calidad de servicio se relaciona con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
2. ¿La confianza de los empleadores se relaciona con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
3. ¿La adecuada capacitación se relaciona con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
4. ¿La capacidad de interactuar con las personas se relaciona con la empatía de los empleadores que	X		X		X		

garantiza la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?							
5. ¿Qué los empleadores sepan escuchar las necesidades de los trabajadores se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
6. ¿Qué los empleadores respeten y comprendan a los trabajadores se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
7. ¿Mantener informado al personal sobre las políticas de administración se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
8. ¿Proporcionar medios de comunicación accesibles a los trabajadores se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
9. ¿Qué el empleador sea honesto con el trabajador se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
10. ¿Qué se les dé un valor a los logros de los trabajadores se relaciona con la motivación de los trabajadores de los	X		X		X		

restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?							
11. ¿El valor de la utilidad que el trabajador proporciona al restaurante y sea reconocido se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
12. ¿El respeto del valor intrínseco del trabajador se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
13. ¿La condición laboral estable se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
14. ¿El reconocimiento de los esfuerzos y tiempos extras se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
15. ¿Qué se les proponga metas realistas se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
16. ¿El establecimiento de objetivos se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
17. ¿Qué los objetivos sean medibles se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	x		x		x		

18. ¿La preservación de la autoestima se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
19. ¿El respeto por las creencias del trabajador se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		
20. ¿Qué dentro del restaurante haya escalas de crecimiento bien establecidos se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?	X		X		X		



Dr. Verónica Cajas Bravo
DNI N°00834312

Anexo 5: Instrumento de recolección de datos

CUESTIONARIO

Nombre del encuestador: CALVO ASCA, POLL JEFFERSON

Lugar de Aplicación: Restaurantes pollería del centro poblado de Llicua

Estimados usuarios y clientes:

El motivo de la siguiente encuesta es conocer tu opinión respecto a la CALIDAD DE SERVICIO Y MOTIVACION EN LOS TRABAJADORES DE LOS RESTAURANTES POLLERÍAS EN EL CP DE LLICUA. La información se utilizará para fines absolutamente académicos. La encuesta es anónima por lo que te invitamos a responder con sinceridad.

Instrucciones: Marque con una “X” la respuesta de su preferencia

La valoración de cada opción es la siguiente:

1. Siempre
2. A veces
3. Nunca

items	1	2	3
1. ¿La calidad de servicio se relaciona con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
2. ¿La confianza de los empleadores se relaciona con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
3. ¿La adecuada capacitación se relaciona con la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
4. ¿La capacidad de interactuar con las personas se relaciona con la empatía de los empleadores que garantiza la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
5. ¿Qué los empleadores sepan escuchar las necesidades de los trabajadores se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
6. ¿Qué los empleadores respeten y comprendan a los trabajadores se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			

7. ¿Mantener informado al personal sobre las políticas de administración se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
8. ¿Proporcionar medios de comunicación accesibles a los trabajadores se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
9. ¿Qué el empleador sea honesto con el trabajador se relaciona con la calidad de servicio de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
10. ¿Qué se les dé un valor a los logros de los trabajadores se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
11. ¿El valor de la utilidad que el trabajador proporciona al restaurante y sea reconocido se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
12. ¿El respeto del valor intrínseco del trabajador se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
13. ¿La condición laboral estable se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
14. ¿El reconocimiento de los esfuerzos y tiempos extras se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
15. ¿Qué se les proponga metas realistas se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
16. ¿El establecimiento de objetivos se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
17. ¿Qué los objetivos sean medibles se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
18. ¿La preservación de la autoestima se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			
19. ¿El respeto por las creencias del trabajador se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Llicua?			

20. ¿Qué dentro del restaurante haya escalas de crecimiento bien establecidos se relaciona con la motivación de los trabajadores de los restaurantes pollería en el centro poblado de Licua?			
--	--	--	--

Anexo 6: Figuras

CALIDAD DE SERVICIO Y MOTIVACION EN LOS TRABAJADORES DE LOS RESTAURANTES POLLERÍAS EN EL CP DE LLICUA, AMARILIS, HUANUCO – 2022.

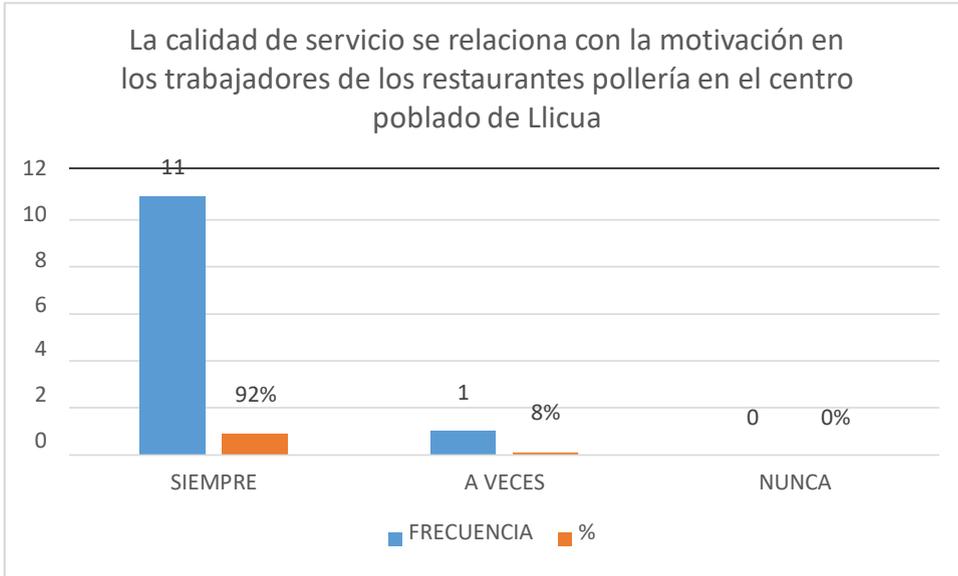


Figura 1: calidad de servicio y la motivación
Fuente: Tabla 1

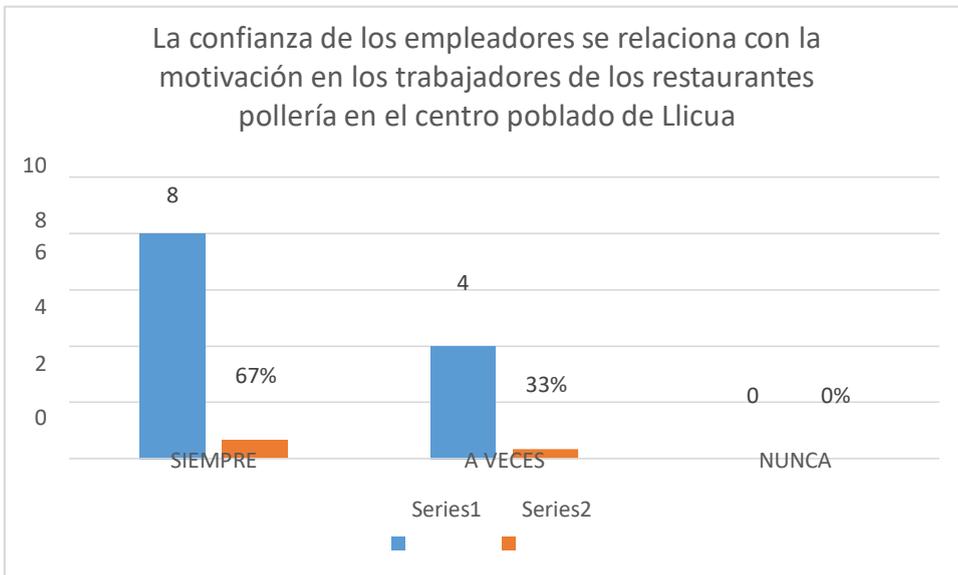


Figura 2: confianza de los empleadores y la motivación
Fuente: Tabla 2

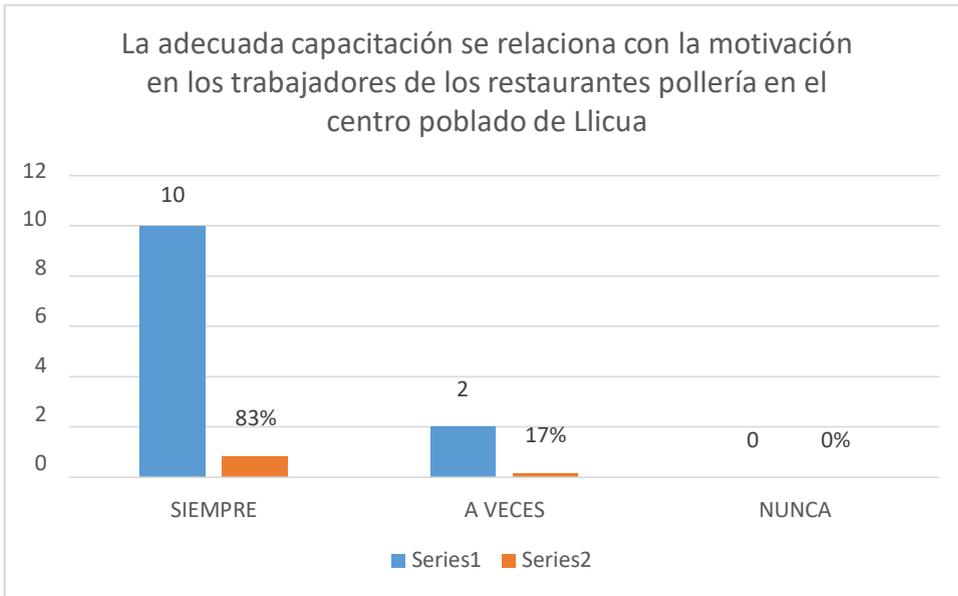


Figura 3: capacitación y la motivación
Fuente: Tabla 3

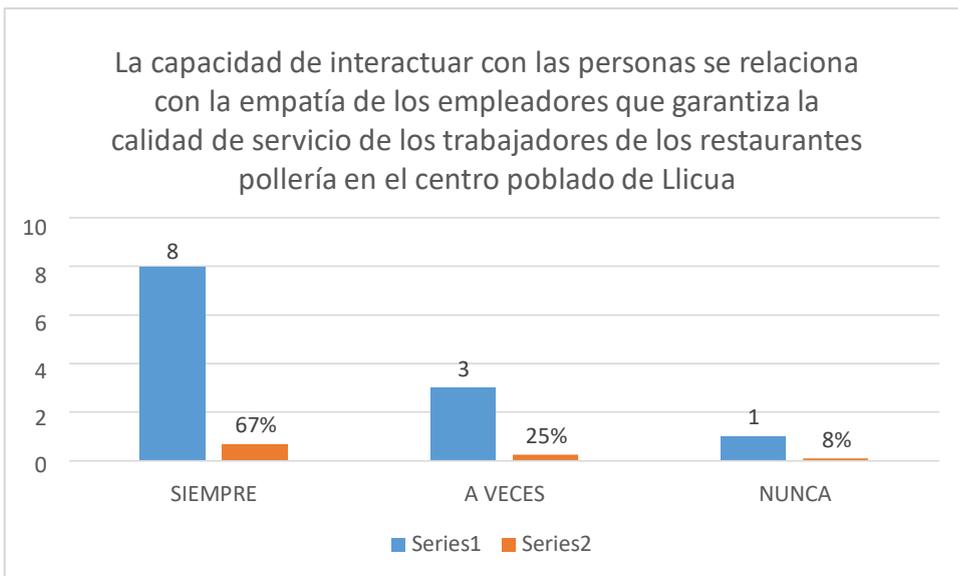


Figura 4: capacidad de interacción y la calidad de servicios
Fuente: Tabla 4

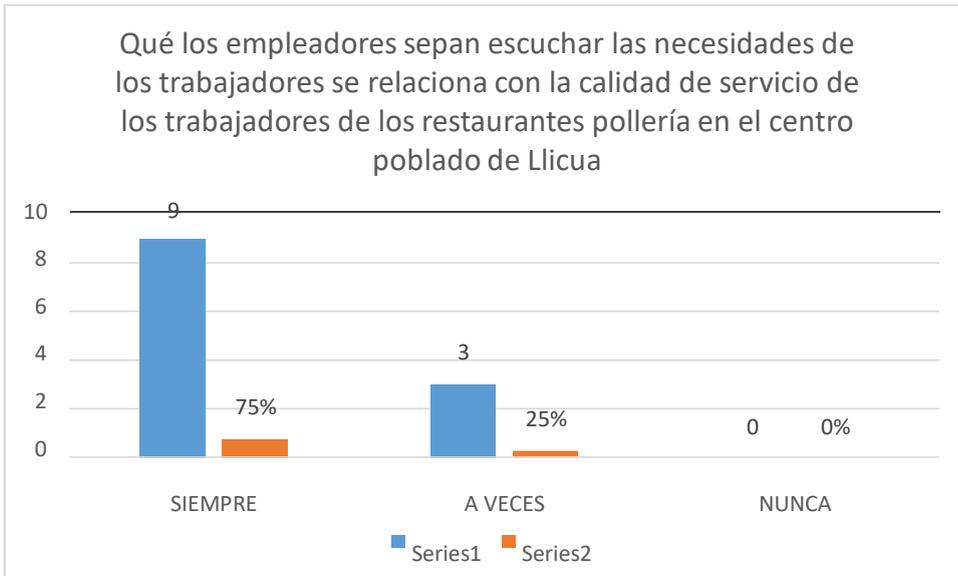


Figura 5: necesidades de los trabajadores y la calidad de servicios
Fuente: Tabla 5

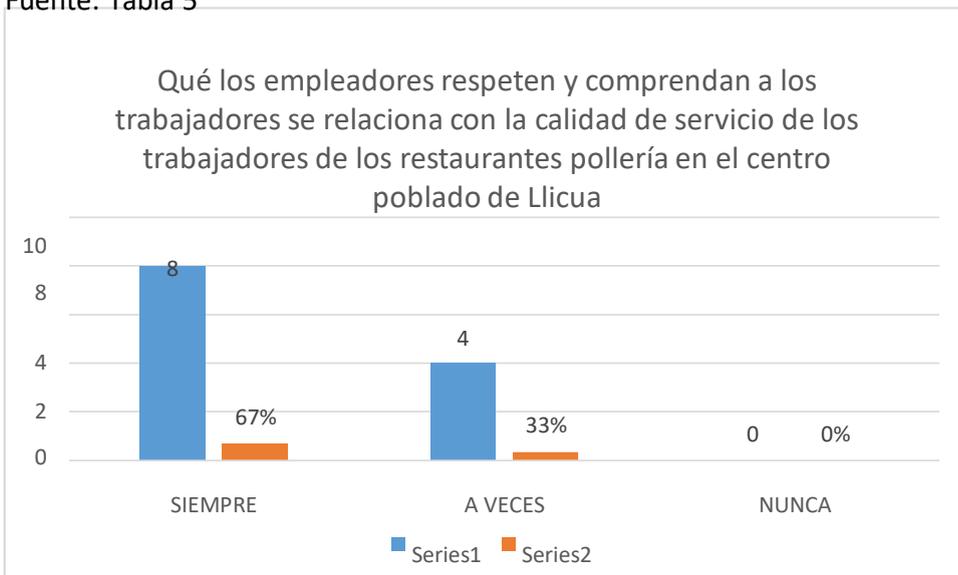


Figura 6: respeto y comprensión y la calidad de servicio
Fuente: Tabla 6

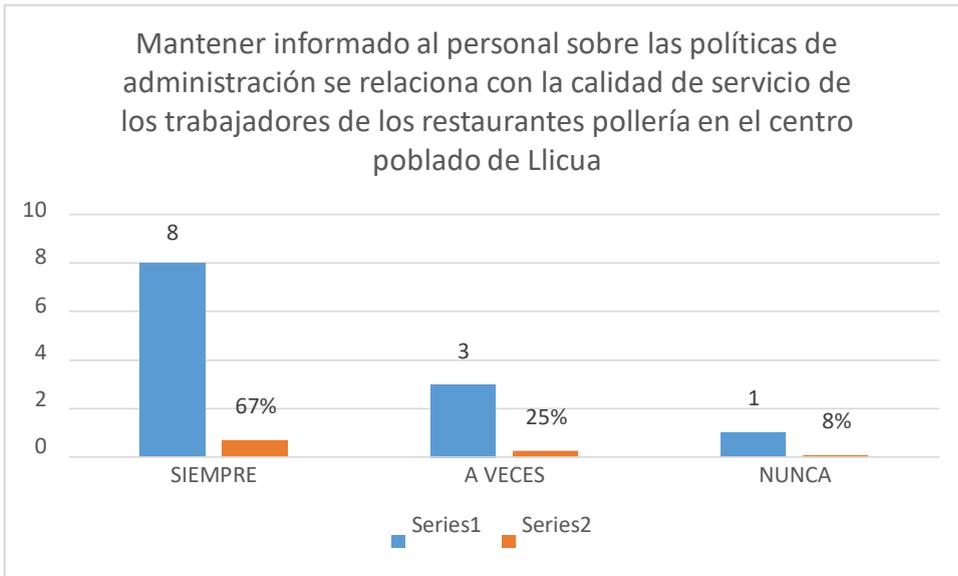


Figura 7: políticas de administración y calidad de servicio
Fuente: Tabla 7

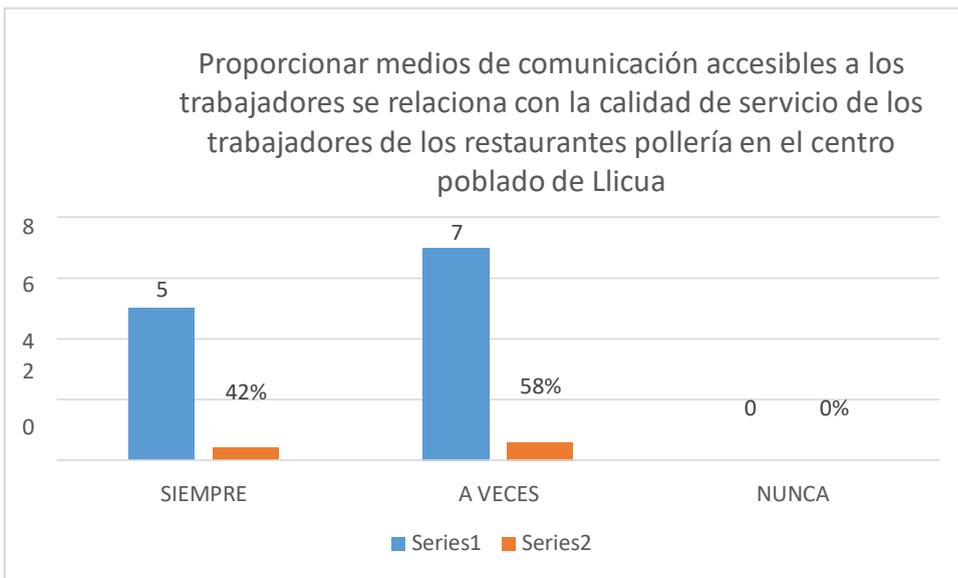


Figura 8: medios de comunicación y calidad de servicios
Fuente: Tabla 8

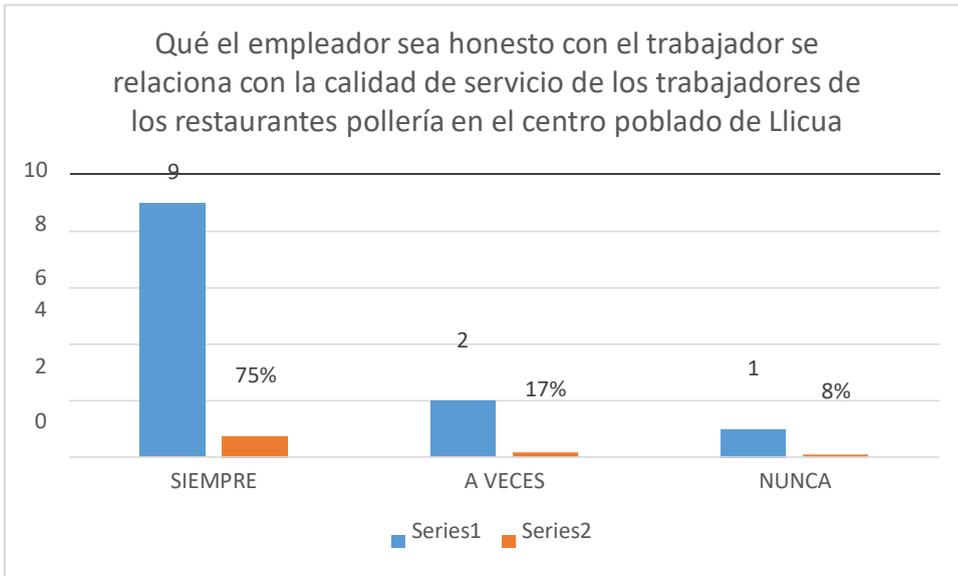


Figura 9: honestidad y calidad de servicio
Fuente: Tabla 9

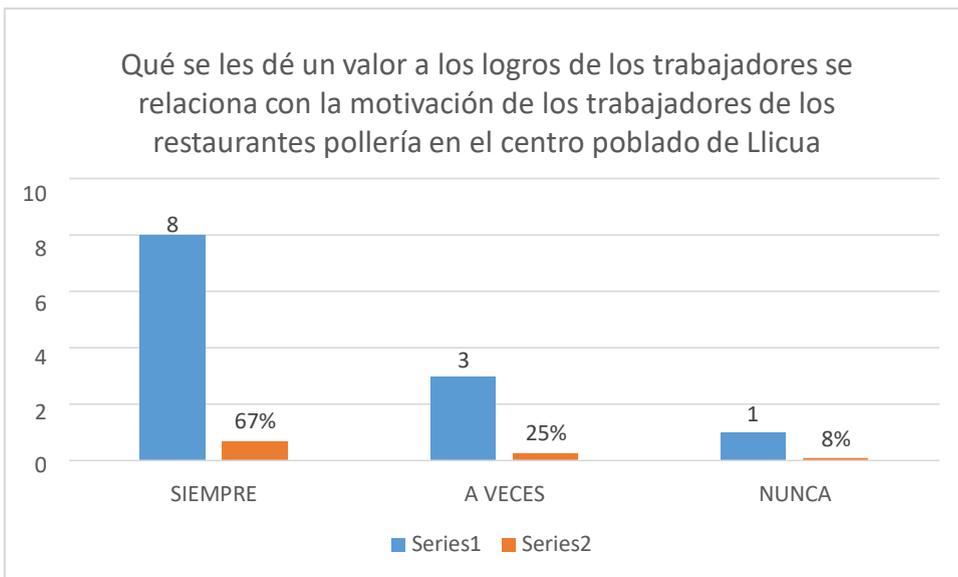


Figura 10: valor de logro y la motivación
Fuente: Tabla 10

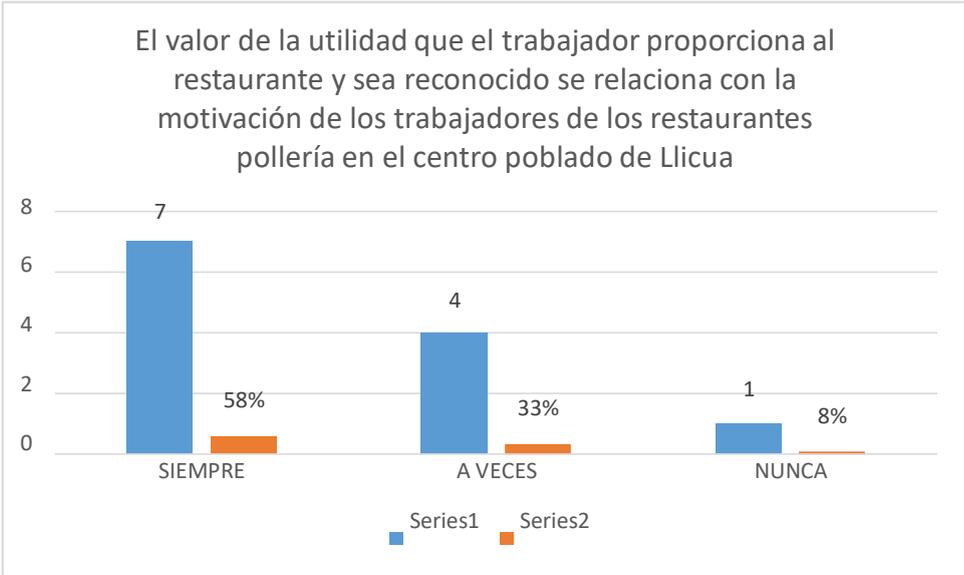


Figura 11: valor de utilidad y la motivación
Fuente: Tabla 11

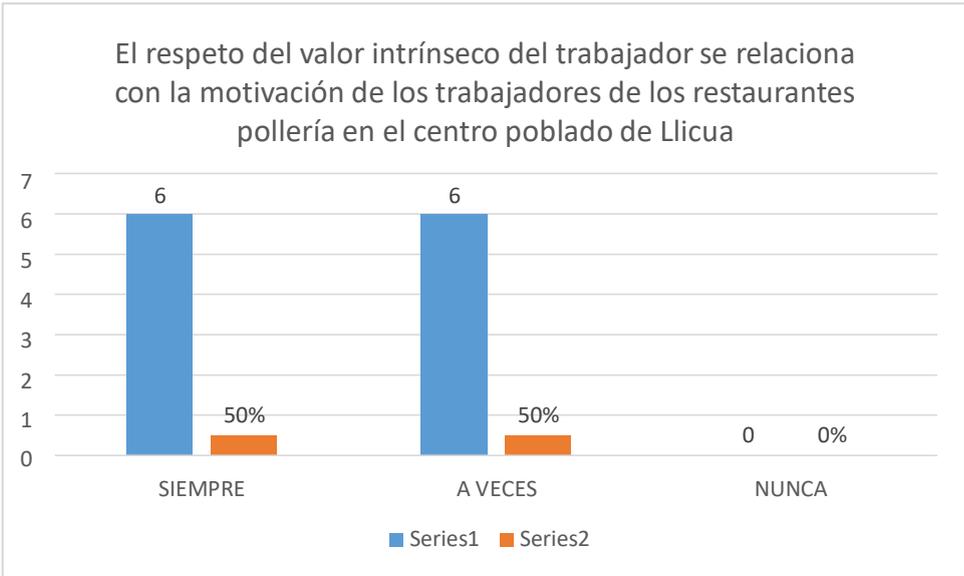


Figura 12: valor intrínseco y la motivación
Fuente: Tabla 12

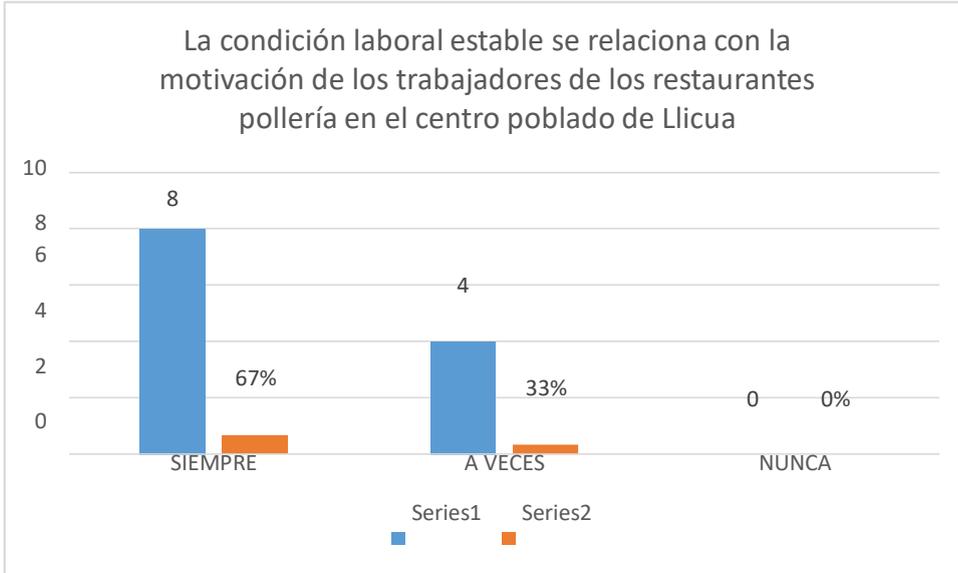


Figura 13: condición laboral y la motivación
Fuente: Tabla 13

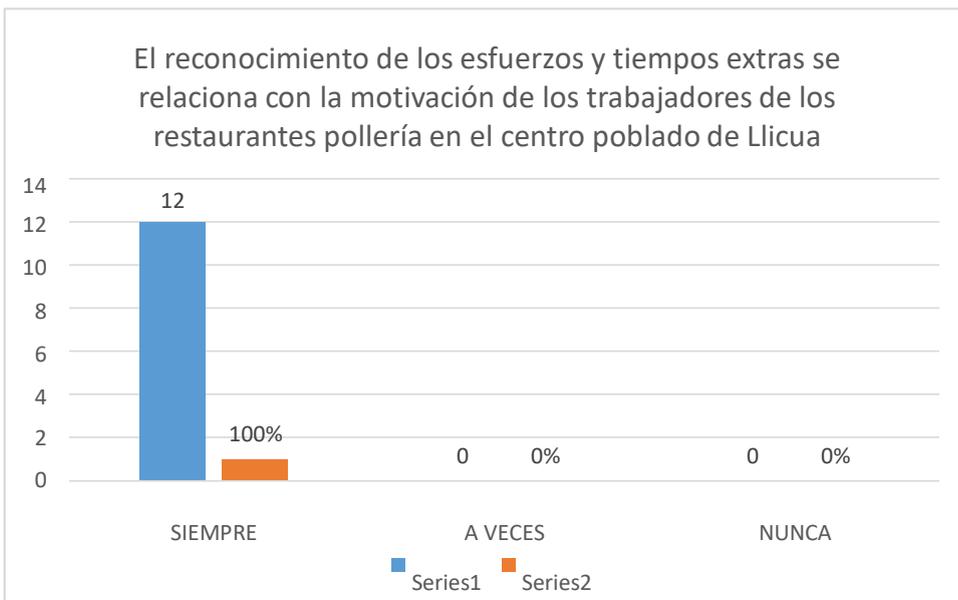


Figura 14: reconocimiento de esfuerzos y la motivación
Fuente: Tabla 14

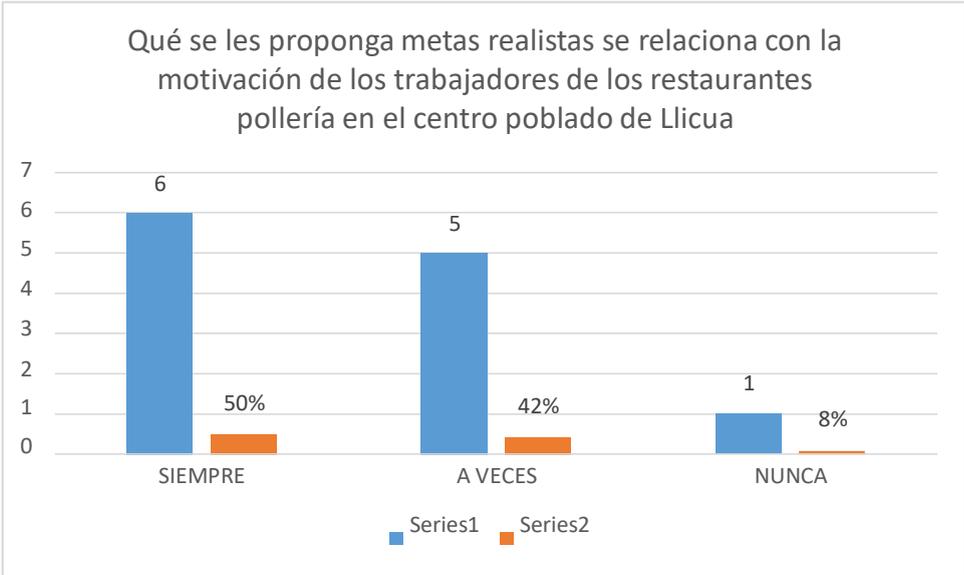


Figura 15: metas realistas y la calidad de trabajo
 Fuente: Tabla 15

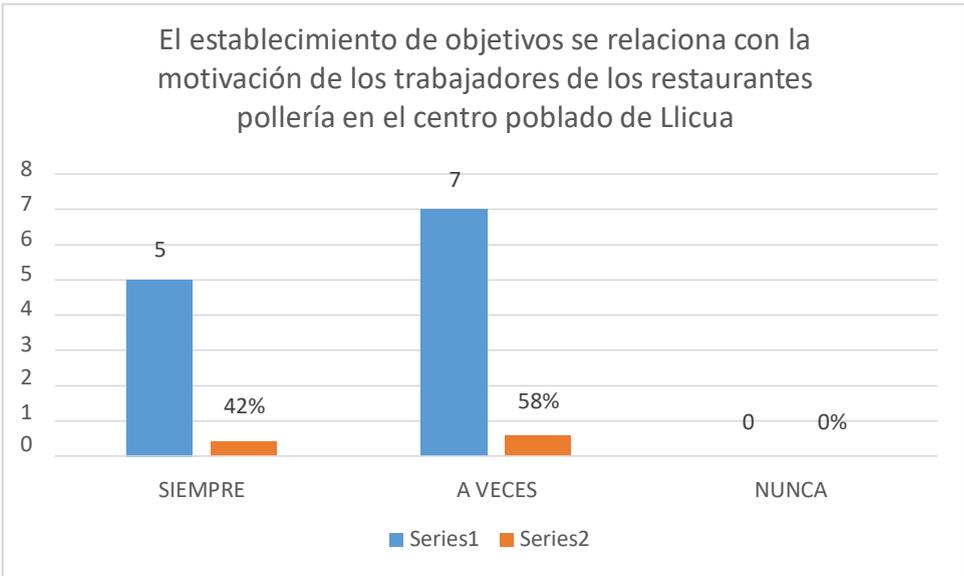


Figura 16: establecimiento de objetivos y la motivación
 Fuente: Tabla 16

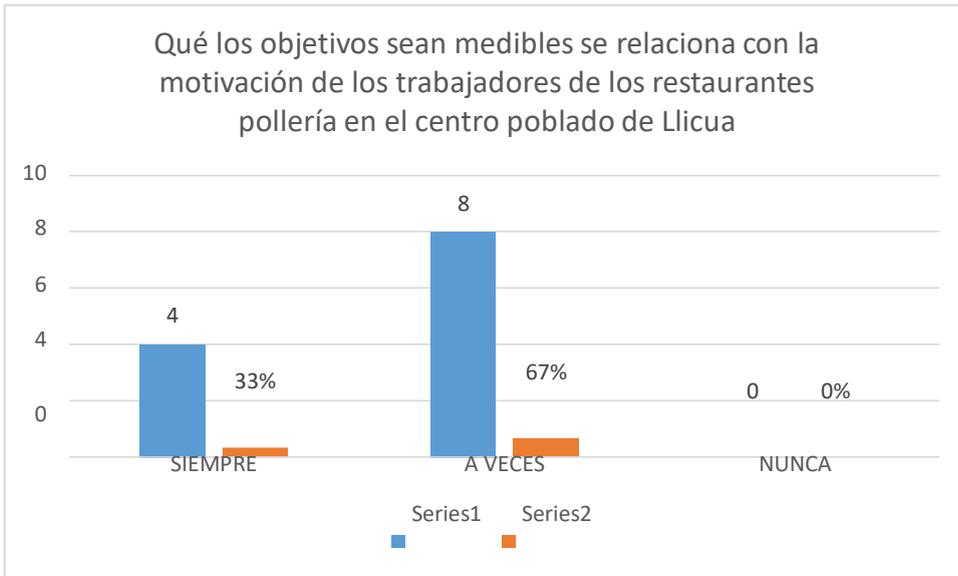


Figura 17: objetivos medibles y la motivación
Fuente: Tabla 17

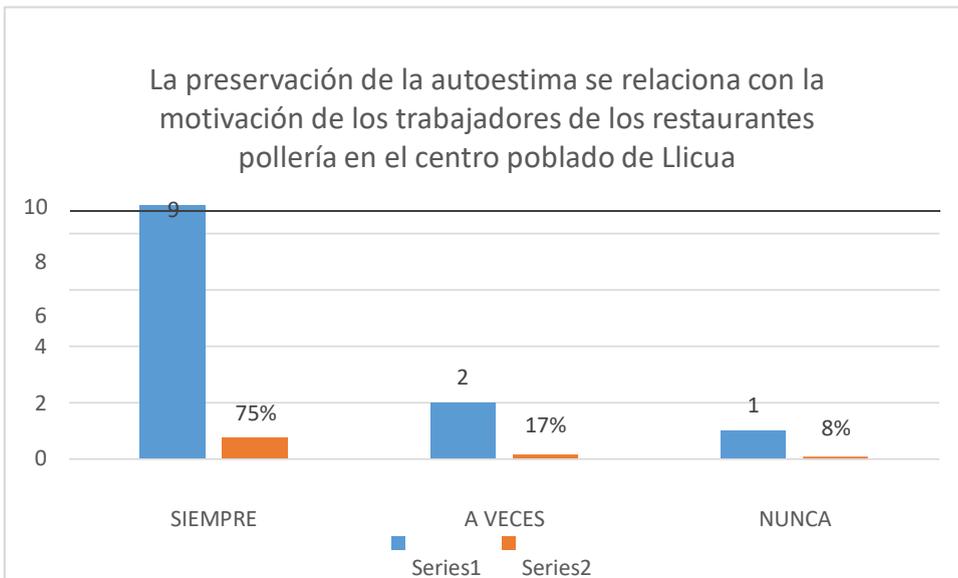


Figura 18: preservación de la autoestima y la motivación
Fuente: Tabla 18

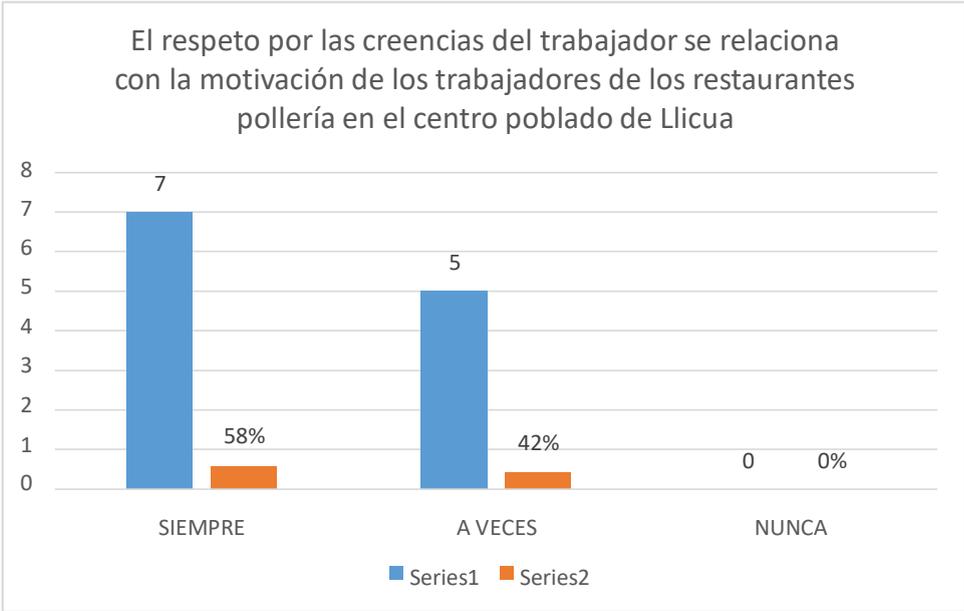


Figura 19: creencias del trabajador y la motivación
Fuente: Tabla 19

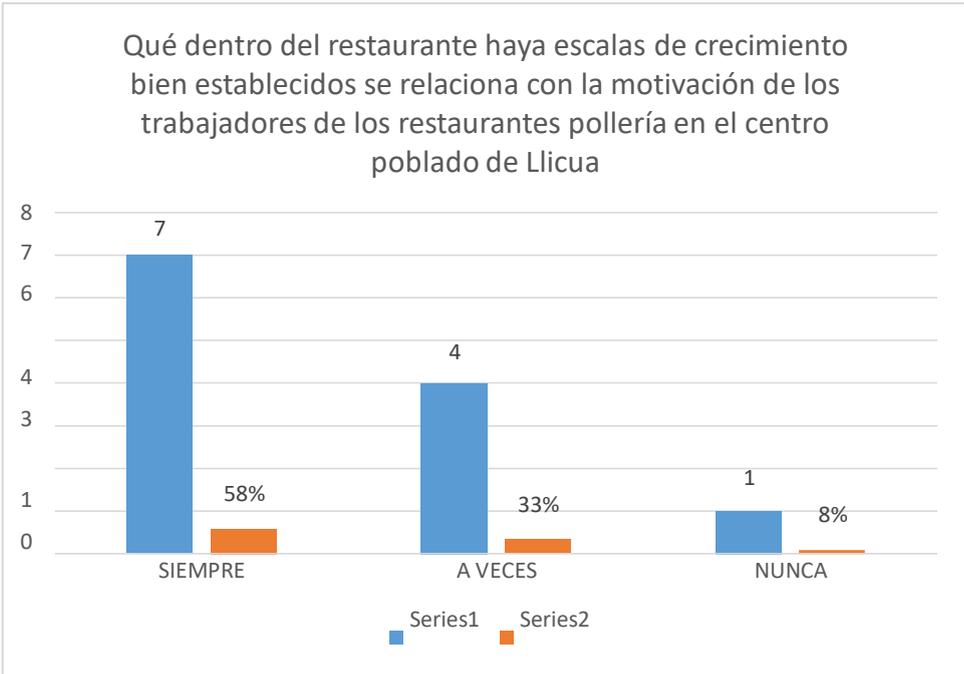


Figura 20: escalas de crecimiento y la motivación
Fuente: Tabla 20

Anexo 7: Turnitin

The image shows a Turnitin report interface. On the left, a document is displayed with the following text:


UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

CALIDAD DE SERVICIO Y MOTIVACION EN LOS
TRABAJADORES DE LOS RESTAURANTES POLLERÍAS
EN EL CP DE LLICUA, AMARILIS, HUANUCO – 2022

**TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

AUTOR
CALVO ASCA, POLI. JEFFERSON
ORCID: 0000-0002-7453-502X

On the right, the Turnitin interface shows a red header with the text "Resumen de coincidencias" and a close button. Below this, a large red "6 %" indicates the overall similarity score. A list of sources is shown below, with the first entry being:

Source	Similarity
1 repositorio.autonomad... Fuente de Internet	6 %

The interface also includes a vertical toolbar with icons for document, list, filter, download, and help.