



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL
PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA
EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS,
BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO
E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023**

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

AUTOR

SURICHAQUI QUISPE, JOAN SMITH

ORCID: 0000-0001-9345-6290

ASESORA

MGTR. ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERÚ

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0020-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **21:20** horas del día **09** de **Enero** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL Presidente
ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA Miembro
LLENQUE TUME SANTOS FELIPE Miembro
Mgtr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023**

Presentada Por :
(3011161005) **SURICHAQUI QUISPE JOAN SMITH**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **14**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciado en Administración**.

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

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
Presidente

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA
Miembro

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Miembro

Mgtr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023 Del (de la) estudiante SURICHAQUI QUISPE JOAN SMITH, asesorado por ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 10% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

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

Chimbote, 05 de Junio del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

DEDICATORIA

A mi familia, el pilar de mi vida. Por el cual lucho día a día, que son el motor que impulsa para seguir adelante y no rendirme.

A mis padres quienes son el motivo por el cual me esfuerzo tanto en la vida para darles lo mejor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, a Dios, por la salud, la vida y el poder estudiar, y culminar satisfactoriamente el trabajo de investigación.

A mis padres, por el esfuerzo, colaboración, aliento y apoyo constante durante mi carrera y desarrollo de la investigación.

ÍNDICE GENERAL

Carátula.....	I
Acta de Sustentación	II
Constancia de Evaluación de Originalidad.....	III
Dedicatoria	IV
Agradecimiento	V
Índice general	VI
Lista de tablas	VIII
Lista de figuras	IX
Resumen	X
Abstract.....	XI
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
II. MARCO TEÓRICO	5
2.1 Antecedentes	5
2.2 Bases teóricas	18
2.3 Hipótesis	25
III. METODOLOGÍA.....	26
3.1 Nivel, Tipo y diseño de Investigación	26
3.2. Población y Muestra	27
3.3 Variables. Definición y Operacionalización.....	28
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información	29
3.5. Método de análisis de datos.....	29
3.6. Aspectos éticos	30
IV. RESULTADOS	32
V. DISCUSIÓN	44
VI. CONCLUSIONES	70
VII. RECOMENDACIONES	72
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	74

ANEXOS	80
Anexo 01. Matriz de Consistencia	80
Anexo 02. Instrumento de recolección de información	81
Anexo 03. Validez del instrumento	83
Anexo 04. Confiabilidad del instrumento	98
Anexo 05. Formato de Consentimiento Informado	99
Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información.....	100
Anexo 07. Evidencias de ejecución (base de datos, declaración jurada)	101

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Características de la motivación intrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.....	32
Tabla 2. Características de la motivación extrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.....	34
Tabla 3. Características de la capacidad de respuesta del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.....	36
Tabla 4. Características de la empatía del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 202.....	38
Tabla 5. Propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.	40

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Características de la motivación intrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.....	33
Figura 2. Características de la motivación extrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.....	35
Figura 3. Características de la capacidad de respuesta del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.....	37
Figura 4. Características de la empatía del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.....	39

RESUMEN

La investigación planteó como objetivo general; establecer una propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023; el tipo de investigación fue cuantitativo, nivel descriptivo de propuesta, de diseño No experimental de corte transversal, se tomó una población muestral de 12 trabajadores; para recopilar la información se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 20 preguntas en escala de Likert, los resultados fueron: El 41.67% del personal considera que siempre se sienten satisfechos con la experiencia que han logrado en la empresa para fortalecer sus competencias profesionales, el 100.00% considera que nunca la empresa promueve el desarrollo personal a través de rotación de puestos, el 58.33% considera que siempre se ofrecen incentivos económicos, el 91.67% considera que pocas veces se busca mejorar las condiciones laborales con la flexibilidad en los horarios, el 50.00% a veces entregan los productos de forma oportuna, el 100.00% pocas veces muestran un verdadero interés para ayudar al cliente, el 66.67% veces hacen sentir a los clientes únicos. Se concluye que en la empresa sí se motiva al personal a través de incentivos económicos, pero no se busca mejorar las condiciones laborales, ocasionando un clima laboral poco favorable, además el personal no brinda una atención personalizada al cliente y como consecuencia se crea una de mala imagen de la marca.

Palabras clave: Calidad de servicio, Motivación laboral, pequeña empresa.

ABSTRACT

The research proposed as a general objective; establish a proposal to improve work motivation for service quality in small food, beverage and tobacco wholesale companies, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Province of Satipo, 2023; The type of research was quantitative, descriptive level of proposal, non-experimental cross-sectional design, a sample population of 12 workers was taken; To collect the information, the survey technique was applied and as an instrument a questionnaire of 20 questions on a Likert scale, the results were: 41.67% of the staff consider that they always feel satisfied with the experience they have achieved in the company to strengthen their professional skills, 100.00% consider that the company never promotes personal development through job rotation, 58.33% consider that economic incentives are always offered, 91.67% consider that it rarely seeks to improve working conditions with flexibility in schedules, 50.00% sometimes deliver products in a timely manner, 100.00% rarely show real interest in helping the customer, 66.67% sometimes make customers feel unique. It is concluded that the company does motivate the staff through economic incentives, but it does not seek to improve working conditions, causing an unfavorable work environment, in addition the staff does not provide personalized attention to the client and as a consequence a bad brand image.

Keywords: Service quality, Work motivation, small business.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente, son escasas las empresas que utilizan la motivación laboral para mejorar la productividad y el bienestar de los trabajadores. Esto se debe a que implica gastos económicos y se considera una inversión que no se puede recuperar. Sin embargo, no se ha considerado que un empleado capacitado y motivado puede tener una actitud positiva que permita una interacción adecuada y mejorar su proyección laboral (García, 2021).

En España, el principal error que lleva al fracaso a las PYMES es la carencia de motivación del trabajador, pues se sienten inconformes con el trato que les da su empleador, pues en ocasiones no sienten que son valorados por la empresa, además otro error es no darle importancia a la calidad de servicio, en este sentido dejan de lado la personalización al cliente, cabe decir que el cliente actual busca un soporte de servicio que comprenda sus necesidades y les ayude a encontrar las soluciones adecuadas a sus problemas. Para ello, es necesario conocer en profundidad al cliente de la marca y construir buenas relaciones con él. Más que eso, las empresas necesitan ofrecer una interacción humanizada, con un enfoque que tenga cara de negocio y que sea siempre sincero con el público (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2022).

En Argentina el problema que impide el crecimiento de las PYMES es que los líderes presentan una deficiente comunicación con los trabajadores, pues en ocasiones los empleados no se sienten cómodos hablando con sus jefes y eso les crea inseguridad, incluso miedo a la hora de sugerir algo; otro gran problema es no tomar en cuenta la creación de estrategias para conseguir la calidad de servicio, en este sentido las mypes no cuentan con protocolos, políticas y procesos; por ende decimos que además de establecerse cosas que deben ser de estricto cumplimiento por parte de los empleados y que no son negociables (la buena presentación personal, conservar las buenas maneras o saber qué actitud deben asumir frente a un cliente molesto, por decir algunas), toda empresa debe guiarse por una directrices que les ayuden a resolver de la forma más apropiada y más expedita posible cualquier problema o inconveniente que se les pueda presentar. Para esto es necesario documentar procesos y procedimientos y estarlos ajustando continuamente para hacerlos más eficientes haciendo que los mismos encargados del área de servicio al cliente puedan proponer mejoras de acuerdo con su propia experiencia (Salerno, 2022).

En Ecuador los gerentes de las MYPES no buscan motivar al personal, pues consideran que ello no ayudaría al crecimiento económico y solo se enfocan en mejorar la

calidad de sus productos dejando de lado la confianza, al comunicación con los trabajadores; en este sentido ellos que están laborando en una monotonía de tareas, pues los trabajos repetitivos y predecibles son aburridos y poco motivadores, por ende los empleados necesitan sentir que están siendo desafiados y que su trabajo es interesante; otro error común es que el personal de servicio es inflexibles en la solución del problema de los clientes; aunque todas las organizaciones tienen políticas, y procesos de gestión de servicio establecidos, pero en ocasiones ocurre que el vendedor que tiene posibilidades de ofrecer soluciones se niega y alarga los procesos al cliente, ya sea por ineficiencia, falta de capacitación o pereza; lo que repercute en la insatisfacción de los usuarios (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2023).

En el Perú las Mipymes en el 2019 tenían 9 millones de trabajadores, ahora esa cifra supera a los 12 millones. Si bien se observa un aumento, aún existe un grupo significativo de empresas que quiebra en los primeros años, esto se debe al alto abandono de personal derivado de la desmotivación laboral, es decir un personal que no se encuentra satisfecho en su puesto de trabajo carece de interés en el desarrollo de las actividades, pueden llevar al trabajador a un estado de apatía que le conduce a no realizar las funciones habituales de la mejor manera, es decir cuando un empleado empieza a desmotivarse, pierde el entusiasmo y la ilusión y su trabajo se ve reducido; otro problema recurrente es que el personal de servicio no conoce el producto que ofrece la empresa; por supuesto que, además de comprar, muchos clientes acuden a un establecimiento físico para recibir asesoramiento, por ello, es fundamental que el personal que trabaje de cara al público esté entrenado para resolver todas las dudas del cliente, asesorar y recomendar determinados productos o servicios dependiendo de las necesidades del cliente, si el cliente percibe que el personal no conoce lo suficiente el negocio se llevará una imagen negativa de nuestro negocio (Ojeda, 2022).

En la pequeña empresa Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., dedicada a la venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, de la Provincia de Satipo, se presentan los siguientes errores en la motivación laboral: Falta de desarrollo profesional, pues los empleados no ven oportunidades para crecer y desarrollarse en su trabajo, por lo cual es probable que se desmotiven y busquen oportunidades laborales en otro lugar; además sienten que su salario es poco justo; además otro problema es el deficiencia servicio, esto debido a que el personal no suele escuchar las sugerencias de los clientes, por ende el cliente siente que no es valorado por la empresa, si bien es cierto la mejora de la calidad de servicio es responsabilidad de los trabajadores, es necesario también generar retroalimentación a través

de la aplicación de encuestas de satisfacción, para ello el gerente deberá ser creativo y buscar la forma de que el cliente destine un poco de su tiempo para resolver dichas encuestas. Por todo lo expresado se planteó el siguiente problema de investigación: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023?. Para resolver el problema se plantearon los siguientes problemas específicos: ¿Cuáles son las características de la motivación intrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023?; ¿Cuáles son las características de la motivación extrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023?; ¿Cuáles son las características de la capacidad de respuesta del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023?; ¿Cuáles son las características de la empatía del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023?; y ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023?

La presente investigación se justifica desde el aspecto teórico, ya que se utilizaron teorías que amplíen los conocimientos en relación a la motivación laboral y calidad de servicio; para ello se analizaron las dimensiones, indicadores, características y beneficios que estas variables y su aporte en la mejora de la productividad, satisfacción del trabajador y de los clientes, a su vez permitió mejorar el trabajo en equipo, y compromiso de los integrantes de la pequeña empresa Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023. A su vez tienen una significación práctica, porque la pequeña empresa Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., presentó un problema relacionado con la motivación laboral hacia sus colaboradores y deficiente calidad de servicio, el cual ha traído como consecuencia deficiencia en la productividad de la empresa, por lo cual fue necesario identificar los motivos verdaderos de estos hechos; además en la investigación se elaboró un plan de mejora en donde se mostraron una serie de análisis sobre las causas, consecuencias, acciones de mejorar para cada problema encontrado; de esta manera el gerente pudo aplicar todas las estrategias sugeridas, para que de esta manera se obtengan trabajadores más comprometidos

con sus labores y que esto afecte indirectamente la satisfacción de los clientes. Del mismo modo el presente trabajo de investigación se justifica de forma metodológica, porque presentó un enfoque cuantitativo, tipo descriptivo de propuesta, de diseño no experimental. Así mismo, para la recopilación de los datos se utilizaron como técnica la encuesta, cuyo instrumento fue el cuestionario de 20 preguntas en escala Likert, el cual fue validado por juicio de tres expertos; además para medir la confiabilidad se aplicó el coeficiente de alfa de Cronbach; esto permitió obtener información sobre la percepción que tienen los trabajadores sobre la motivación y calidad de servicio.

Para resolver el problema se planteó el siguiente objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023. Y para desarrollar el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: Describir las características de la motivación intrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023. Determinar las características de la motivación extrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023. Definir las características de la capacidad de respuesta del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023. Describir las características de la empatía del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023. Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Internacionales

Variable 1: Motivación laboral

Chele (2022) en su tesis de licenciatura para la Universidad Estatal Península de Santa Elena, Ecuador. Titulado: *Motivación laboral y productividad en las microempresas del sector comercial del Cantón La Libertad*, el objetivo fue analizar la motivación laboral y productividad en las microempresas del sector comercial del cantón la Libertad. El estudio fue de tipo cuantitativo, de diseño no experimental, transversal, descriptivo, la población y muestra al confirman 385 trabajadores, la técnica aplica fue la encuesta y como instrumento un cuestionario de 9 preguntas, los resultados fueron que: El 47,01% está de acuerdo en que existe motivación en su lugar de trabajo, el 51.59% está de acuerdo en que el desarrollo de las actividades de trabajo se cumple de manera efectiva. El 78.1% está de acuerdo en que la capacitación del personal beneficia a la mejora de la productividad. El 86.01% está de acuerdo en que, en su lugar de trabajo, el compañerismo y trabajo en equipo aportan a la mejora de la productividad. El 77.81% está de acuerdo en que la microempresa le proporciona oportunidades para su desarrollo profesional. El 47,01% está de acuerdo en que la motivación laboral genera un alto nivel de efectividad en el trabajo realizado por los colaboradores. El 66.5% está de acuerdo en que las relaciones interpersonales son cordiales y abiertas entre los miembros de la microempresa. El 50.8% está de acuerdo en que el 85.2% está de acuerdo en que el ambiente laboral en su lugar de trabajo es el adecuado. El 50.8% está de acuerdo en que considera que su trabajo está bien remunerado. Se concluye principalmente que en las microempresas estudiadas existe la falta de motivación laboral, los trabajadores no se sienten motivados y esto genera que exista una baja calidad en su trabajo, los gerentes conocer de la importancia de esta, sin embargo, muchos no la aplican. El recurso humano de las microempresas no se siente satisfechos en su lugar de trabajo, el ambiente laboral no es propicio, provocando que la productividad sea deficiente, los directivos saben lo importante que es, por eso tratan de motivarlos en las ocasiones que se pueden

Ortiz (2021) en su tesis de licenciatura de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador titulado: *la motivación y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Fairis C.A., de la ciudad de Ambato*. Su objetivo general era: Descubrir cómo la motivación afecta el desempeño laboral de los trabajadores de Fairis C.A. de la ciudad de

Ambato. Se utilizó la metodología de investigación de enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo correlacional. Con el fin de obtener información, se realizó una encuesta en la población de 174 trabajadores de la empresa investigada mediante una técnica de encuesta y un cuestionario elaborado con 08 preguntas. Obteniendo los siguientes resultados: El 35,06% de los empleados está muy de acuerdo en que los incentivos que ofrece la empresa a los trabajadores que logran sus objetivos son motivadores y el 41,95% afirma estar muy de acuerdo en que les motiva saber que la empresa tiene en cuenta sus opiniones en cada uno de sus campos de trabajo, 43.68% los compañeros prefieren trabajar en compañía de otras personas, además, les gusta escuchar y aprender de otros compañeros que por su estabilidad en la empresa tienen más experiencia, El 50% de los empleados manifestó que recibe algún tipo de incentivo monetario por el trabajo bien hecho, el 50% manifestó que las actividades que realiza son acordes a sus capacidades y funciones, el 70% manifestó que se evalúa el desempeño laboral, el 60% de ellos cree que cuentan con todas las capacidades y habilidades para cumplir con las actividades asignadas, el 50% cumple con las metas establecidas en el plazo establecido. En conclusión, los factores que afectan el nivel motivacional de Fairis C.A. Son incentivos que reciben los trabajadores, el compañerismo, el sentido de pertenencia, las relaciones mutuas entre compañeros, el clima laboral, el trabajo en equipo; aspectos necesarios para motivar a los trabajadores en su trabajo; por otro lado, los factores de desempeño laboral se reflejan en responsabilidad, aporte de ideas, optimización de recursos, habilidades, comunicación efectiva, resolución de problemas, planificación y relaciones positivas entre colegas, son una parte importante del trabajo de los empleados en la realización de los objetivos de la empresa.

Torres y Ramírez (2020) en su tesis para licenciatura de la Universidad de Guayaquil, Ecuador. Titulado: *La motivación y satisfacción laboral en relación con el desempeño en la industria alimenticia del Cantón la Troncal*. El objetivo del presente estudio es analizar la relación entre la motivación y satisfacción laboral con el desempeño laboral en las empresas de la industria alimenticia del Cantón La Troncal. En el desarrollo de la investigación se usó el enfoque cuantitativo, con un alcance de tipo descriptivo correlacional, y un diseño no experimental con una muestra de 103 colaboradores de las empresas alimenticias del Cantón La Troncal. La técnica que se utilizó fue la encuesta mediante el instrumento cuestionario, el cual está conformado por 10 enunciados, los resultados fueron que: El 56% indicaron que el sueldo recibido, está acorde a las actividades que realizo. El 78% indicaron que las remuneraciones son recibidas de manera puntual. El 75% indicaron que la remuneración de

mi trabajo se contemplan los beneficios sociales de acuerdo a la ley. El 87% indicaron que la empresa realiza capacitaciones para estar actualizado en las labores del puesto de trabajo. El 76% indicaron que existe una comunicación directa con las autoridades de la empresa. El 87% indicaron que la relación que existe entre los compañeros es de respeto y cordialidad. El 56% indicaron el ambiente de trabajo es confortable (ventilación e iluminación). El 67% indicaron que la empresa ofrece atenciones médicas. El 50% indicaron que la empresa cuenta con planes de contingencia para posibles eventos a desarrollarse. El 56% indicaron que la actividad que realizo es pertinente a la formación profesional que he recibido. Se concluye que: La motivación laboral no influye de manera significativa en el desempeño laboral debido a que los colaboradores hoy en día prefieren tener un trabajo estable con los medios y recursos necesarios como el sueldo, las remuneraciones que establece la ley, las capacitaciones que se dan para el área en el que se encuentre laborando y un buen ambiente laboral para desempeñarse bien en el área de trabajo. Por lo tanto, la teoría de Herzberg se cumple de manera parcial ya que los factores de motivación no están influyendo en los trabajadores para desempeñarse bien en el puesto de trabajo mientras que los factores higiénicos que pertenecen a la satisfacción si influyen.

Variable 2: Calidad de servicio

Gavilanes (2020) en su tesis para licenciatura de la Universidad de Guayaquil, Ecuador. Titulado: *propuesta de un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio al cliente en la Empresa Industria Valdez Castro S.A.*; planteó como objetivo general proponer un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio al cliente en la empresa Industria Valdez Castro S.A. La metodología fue de diseño descriptivo, enfoque cuantitativo; para recolectar los datos se aplicó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario de 09 preguntas, la muestra poblacional la constriñeron 35 clientes y el gerente general, este último fue quien contribuyó respondiendo la entrevista. Los resultados fueron que: El 67% de los clientes considera que la empresa le brinda de forma fiable y cuidadosa los productos y servicio que solicita. El 72% de los clientes considera que la empresa le entrega los productos en el tiempo indicado. El 65% de los clientes considera que la empresa le entrega los productos tal cual como lo solicito en cantidad y calidad. El 65% de los clientes considera que la empresa ofrece un nivel de atención individualizada los clientes. El 50% de los clientes considera que el personal responde eficazmente a sus interrogantes e inquietudes respecto a los productos y servicios que ofrecemos. El 65% de los clientes considera que en caso de haber tenido problemas el personal que lo atiende lo

soluciona rápida y eficazmente. El 55% de los clientes considera que el personal de la empresa le asesora y brindan recomendaciones sobre los productos que requiere. El 82% de los clientes considera que el personal de la empresa le brinda una excelente atención. El 50% de los clientes considera que los empaques y envases de los productos le parece visualmente atractivo. Se concluye que: Las causas de la baja calidad en la atención al cliente específicamente se las halló empleando herramientas de ingeniería industrial como son los diagramas de Ishikawa y Pareto los cuales indican que los principales problemas se deben a las actividades repetitivas, la incorrecta manipulación de los productos, el desorden en los puestos de trabajo, esto se debe por la de procedimientos y organización en las áreas de la empresa lo que causa la demora en los tiempos de entrega. Por otro lado, se evidencio la falta de conocimiento de ciertos colaboradores de los productos que comercializa la compañía además de la falta de capacitación en servicio al cliente.

Shinin (2019) en su tesis para licenciatura de la Universidad Nacional de Chimborazo. Titulado: *calidad de los servicios de la empresa lácteos san salvador de la Ciudad De Riobamba-Ecuador Y su impacto en la percepción de los clientes*. Tuvo como objetivo: Analizar la calidad del servicio de la empresa Lácteos San Salvador de la ciudad de Riobamba-Ecuador y el impacto en la percepción de los clientes. El estudio fue de tipo cuantitativo, de diseño no experimental, transversal, descriptivo, La población la confirman 1932 clientes y se obtuvo una muestra de 154, la técnica aplica fue la encuesta y como instrumento un cuestionario de 10 preguntas, los resultados fueron que: El 50.3% de los clientes indican que la entrega de producto se realiza con suficiente tiempo. El 578.2% de los clientes indican que cuando tengo algún problema con el pedido, la empresa muestra interés en resolverlo. El 86.2% de los clientes indican que se da un buen servicio desde la primera vez. El 78.3% de los clientes indican que cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos. El 50.0% de los clientes indican que el tiempo que usted espera para obtener el servicio es satisfactorio. El 50.3% de los clientes indican que recibieron atención personalizada. El 65.7% de los clientes indican que los Lácteos San Salvador ofrece horarios de atención convenientes para todos sus clientes. El 50.3% de los clientes indican que el servicio se preocupa por mis intereses y por lo que el cliente pueda desear. El 85.4% de los clientes indican que el personal de servicio al cliente entiende sus necesidades específicas. El 78.5% de los clientes indican que comportamiento de los empleados le transmite confianza. El 77.5% de los clientes indican que se siente seguro con la atención y la compra de productos. El 50% de los clientes indican que los empleados demuestran

amabilidad y buen trato. El 83.4% de los clientes indican que se siente seguro en sus transacciones con Lácteos San Salvador. Se concluye que: Los directivos de la empresa al momento de creación de la organización y durante su desarrollo han puesto énfasis en la calidad del producto, pero no han sabido complementarlo con un valor agregado es decir la falta de acción en cuanto al mejoramiento continuo en la calidad de los servicios de la empresa.

López (2023) en su tesis para licenciatura de la Universidad Técnica de Ambato, Ecuador. Titulado: *El Modelo Servqual para medir el nivel de la calidad de los servicios que brinda la Empresa Quala Ecuador S.A cantón Ambato*; tuvo por objetivo evaluar el nivel de la calidad de los servicios que ofrece la empresa Quala Ecuador S.A. dentro del cantón Ambato mediante el Modelo Servqual. Los métodos aplicados para la ejecución de la investigación fue el método teórico y empírico de medición, acompañado del enfoque cuantitativo que permite la recolección y análisis de los datos. Para el levantamiento de información se aplicó el cuestionario del Modelo Servqual, el cual es un modelo de cuestionario ya establecido y validado por expertos que cuenta con 09 preguntas que permiten evaluar las cinco dimensiones. El cuestionario fue aplicado a 30 clientes actuales del canal Distribuidores del cantón Ambato; los resultados fueron que: El 76,2% de los clientes consideran que cuando la empresa promete hacer algo en cierto tiempo lo cumple, el 50,8% de los clientes consideran que cuando un cliente tiene un problema el personal de la empresa muestra un sincero interés por solucionarlo, el 56,4% de los clientes consideran que el personal de la empresa realiza bien el trabajo a la primera vez, el 50,0% de los clientes consideran que la empresa concluye el servicio en el tiempo prometido, el 76,2% de los clientes consideran que la empresa dispone de registros exentos de errores, el 89,2% de los clientes consideran que la capacidad de respuesta, el 87,% de los clientes consideran que el personal se comunica con el cliente cuando la entrega del producto concluye, el 76,2% de los clientes consideran que los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes, el 50,4% de los clientes consideran que los empleados de la empresa siempre están dispuestos a ayudar a sus clientes, el 67,2% de los clientes consideran los empleados de la empresa nunca están demasiados ocupados para responder a las preguntas de sus clientes; se concluye que: La empresa está realizando las actividades de manera correcta, ya que la empresa supera las expectativas de los clientes. De la misma manera se determinó que existe relación entre las variables objeto de estudio, tomando la decisión de aceptar la hipótesis que

indica que los elementos de evaluación del Modelo Servqual inciden en la situación actual del nivel de la calidad de los servicios de la empresa Quala Ecuador S.A. cantón Ambato.

Nacionales

Variable 1: Motivación laboral

Gutiérrez (2021) en su tesis para licenciatura de la Universidad Continental, Perú. Titulado: *Influencia de la motivación laboral en el desempeño de la fuerza de ventas de la empresa Tiendas Pieers Huancayo (Corporación Wama SAC) 2021*; el propósito determinar de qué manera la motivación laboral en influencia en el desempeño laboral de la fuerza de ventas de la empresa Corporación Wama S.A.C Huancayo – 2021. En cuanto a la metodología, esta es de enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, y de corte transversal, pues no realizaron modificaciones de las variables, se aplicó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario de 09 preguntas a una muestra de 30 trabajadores, los resultados fueron que: El 100% de los trabajadores dijeron que siempre siguen las medidas de seguridad e higiene adecuadas en su lugar de trabajo, el 59% de ellos dijo que casi siempre tienen recompensas e incentivos que los motivan y aumentan su rendimiento económico en el trabajo, el 100% dijo que siempre tienen buena comunicación con los compañeros, y el 57% dijo que a veces tienen cursos y capacitaciones en el lugar de trabajo. El 64% señalo que los incentivos otorgados fueron en relación a su desempeño. El 100% señalaron que siempre tienen una buena comunicación con sus compañeros de trabajo. El 57% cuentan con cursos y capacitaciones en su centro de trabajo. El 47% señala que existe un ambiente laboral favorable con el resto de sus compañeros. El 56% indican que en la empresa se dan oportunidades de crecimiento económico y profesional El 56% indican que en la empresa se siente con ánimo y energía para realizar adecuadamente su trabajo. El 56% indican que en la empresa se tiene en cuenta sus opiniones respecto a las tareas que realiza. Se concluye que: La motivación logra ser un elemento indispensable para lograr resultados ideales, ya que el rendimiento laboral sería el más adecuado. Además, se ha determinado que la motivación ayuda a fortalecer la manera en cómo se organiza una empresa, ya que los trabajadores están dispuestos a trabajar y participar.

Miranda (2021) su tesis de licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado *Motivación laboral en las micro y pequeñas empresas rubro ferretería: caso Cofahua SAC, distrito San Juan Bautista, Ayacucho 2021*; tuvo como objetivo general: Describir cómo es la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas: La metodología fue diseño no experimental – transversal descriptivo, la población de estudio

estuvo conformada por 08 trabajadores de la ferretería, se aplicó la técnica de la encuesta utilizando como instrumento un cuestionario de 9 preguntas con los siguientes resultados: El 100% de los trabajadores consideran que la empresa no los incentiva por las metas logradas, el 80% de los trabajadores indicaron que no se realiza evaluación de desempeño para determinar un plan de incentivos, el 67.4% de los trabajadores indicaron que la empresa cuenta con un plan de incentivos y recompensas; el 68,5% de los trabajadores indicaron que en la empresa existe horarios flexibles, se concluye que para la mayoría de trabajadores nunca se les da reconocimiento por sus logros, nunca perciben una bonificación por llegar a sus objetivos, respecto a la importancia de la responsabilidad, el mayor porcentaje de trabajadores refirieron a veces se sienten motivados para continuar con el trabajo, la formación para el puesto que desempeñan lo adquirieron por experiencia en el puesto de trabajo, casi nunca su comportamiento está en función a las reglas de la ferretería.

Luzberli (2020) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, Perú. titulado: *relación de la motivación en el desempeño laboral de los colaboradores de una empresa distribuidora de abarrotes – Jaén*; la metodología aplicada fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, la muestra la conforman 218 trabajadores, a quienes se le aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 07 preguntas, los resultados fueron que: El 60% de los trabajadores indicaron que tienen una buena relación con los compañeros de trabajo para que el ambiente de la empresa sea más eficiente. El 60% de los trabajadores sienten que son miembros de una empresa que funciona bien. El 60% de los trabajadores indicaron que reciben incentivos por parte de la empresa (comisión, felicitación, reconocimiento), cuando realizan bien su trabajo. El 60% de los trabajadores indicaron que reciben capacitación constantemente para mejorar su desempeño. El 60% de los trabajadores indicaron que la empresa brinda seguridad para desempeñarse con mayor calidad. El 60% de los trabajadores indicaron que la empresa está en constante innovación tanto en procesos como tecnológica. El 60% de los trabajadores indicaron que les gusta saber cómo van progresando mientras cumplen el reto que se le asigna. Se concluye que: A medida que aumenta la motivación laboral de los trabajadores aumentará el desempeño laboral del personal que labora dentro de la organización, habrá mejor trabajo en equipo, la comunicación entre jefe colaboradores será más factible y permitirá que dicha organización llegue al objetivo y meta trazada.

Variable 2: Calidad de servicio

Flores (2020) en su tesis para licenciatura de la Universidad Alas Peruanas, Perú. Titulado: *Calidad de servicio y ventas de las empresas de abarrotes en el distrito de Pillco Marca – 2020*; cuya finalidad fue determinar la calidad de servicio y las ventas de las empresas de abarrotes en el distrito de Pillco Marca – 2020. La investigación es de tipo no experimental, sustantiva y este nivel de investigación es descriptivo con un diseño transversal, es decir, para un solo momento. La población y muestra está conformada por 5 empresas de abarrotes con un total de 300 personas que se escogieron de forma aleatoria por conveniencias, sujetos voluntarios. La técnica que se utilizó fue la entrevista y la observación, el instrumento fue el cuestionario que se conformó por 07 ítems. El 78% de los clientes consideran que el personal se muestra dispuesto a ayudar a los usuarios, el 56% de los clientes consideran que cuando han requerido ayuda, ha recibido una atención individualizada, el 62% de los clientes consideran que no han percibido los malos gestos de los despachadores cuando es atendido, el 60% de los clientes siente comodidad al ser atendido. Se concluye que: La empresa es consciente que los clientes de hoy son más exigentes, y es por ello que se requiere de una buena preparación para la atención al cliente, y dar una excelentísima atención al público esto obviamente, subirá con los ingresos de la empresa y logrará la fidelización de los clientes por solo ofrecer un trato familiar o como otros autores le llama, una calorosa bienvenida.

Escobedo (2019) en su tesis para licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado: *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en las mypes del sector comercio rubro establecimientos de abarrotes en el distrito de Corrales, año 2019*. Tuvo por objetivo general determinar las características de la calidad de servicio y satisfacción del usuario en las MYPES de la sección comercio rubro establecimientos de abarrotes en el distrito de Corrales, año 2019; aplicando una metodología de tipo descriptivo, nivel cuantitativo y de diseño no experimental, a una población y muestra de 68 clientes; utilizando la encuesta como instrumento de recolección de datos y la técnica aplicada fue un cuestionario de 08 preguntas, los resultados fueron que: El 67% considera que La empresa con equipos de apariencia moderna. El 71% considera que la infraestructura de la empresa es visualmente atractiva. El 75% considera que los empleados de la empresa están correctamente uniformados. El 78% menciona que los materiales asociados al servicio son visualmente atractivos en la empresa. El 87% considera que los colaboradores de la empresa cuentan con experiencia en el servicio que brindan. El 70% menciona que cuando se tiene

un problema la empresa muestra un interés sincero en solucionarlo. El 91% menciona que se siente satisfecho con los servicios que brinda la empresa. El 73% considera que La empresa presta sus servicios en el tiempo en que se compromete a hacerlo; se concluyó que los establecimientos de abarrotes deben de contar con equipos modernos, que los empleados estén siempre en capacitaciones para brindar una buena atención, que los dueños y trabajadores de los establecimientos de abarrotes deben estar predispuestos para solucionar cualquier problema que se les presente y siempre deben de brindar una información veraz y confiable mostrando credibilidad.

Cruz (2021) en su tesis para licenciatura de la Universidad Continental, Perú. Titulado: *Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en las bodegas atendidas por las distribuidoras de consumo masivo en el canal tradicional de la ciudad de Puno en el año 2021*; el objetivo fue determinar el impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en las bodegas atendidas por las distribuidoras de consumo masivo en el canal tradicional de la ciudad de Puno en el año 2021; con respecto a la metodología, el enfoque es cuantitativo deductivo, el tipo de investigación aplicada, el nivel de la investigación descriptivo y el diseño de investigación no experimental - transversal. La muestra estuvo conformada por 567 clientes que acuden a las bodegas, continuando con la recolección de datos se asignó utilizar la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, constituido por 08 ítems; los resultados fueron que: un 44% de los encuestados siempre están de acuerdo en que cuando las distribuidoras prometen hacer algo en cierto tiempo lo hacen, un 41% de los encuestados siempre esperan un sincero interés de parte de la distribuidora en resolver algún problema con sus pedidos, un 43% de los encuestados casi siempre están de acuerdo en que las distribuidoras deben proporcionar sus servicios en el momento que prometen hacerlo, un 38% de los encuestados siempre esperan que las distribuidoras deben mantener informadas a las bodegas con respecto a cuándo se ejecutarán sus servicios, un 43% de los encuestados siempre esperan que los vendedores y repartidores deben estar dispuestos a ayudarles, un 41% de los encuestados siempre esperan que los vendedores y repartidores deben vehículos y equipos modernos, un 40% de los encuestados siempre esperan que los vendedores y repartidores deben verse pulcros, un 38% de los encuestados siempre y otro 38% casi siempre esperan que el comportamiento de los vendedores, un 38% de los encuestados siempre esperan que los vendedores y repartidores deben ser corteses de manera constante con los bodegueros, un 38% de los encuestados casi siempre esperan que las distribuidoras deben brindarle una atención personalizada a cada

bodega, un 43% de los encuestados siempre esperan que las distribuidoras deben tener horarios convenientes para todas las bodegas.

Regionales y/o locales

Variable 1: Motivación laboral

Calixto (2021) en su tesis para licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado: *Propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A. – Satipo, 2021*; planteó como objetivo general de la investigación determinar la propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro ventas de bebidas: caso empresa Cervecería San Juan S.A Satipo, 2021. La Metodología fue de diseño no experimental transversal – descriptivo - de propuesta, la población se trabajó con una Mype del rubro comercio, como muestra 9 trabajadores directos, se aplicó la técnica de la encuesta con un cuestionario de 25 preguntas; obteniendo los siguientes resultados: la variable gestión de calidad, se observa que el 45% están satisfechos con el ambiente de trabajo, el 38% están en desacuerdo que la comunicación es muy fluida y el 45% están en desacuerdo que la atención al cliente en buena. La variable motivación laboral se evidencia que el 36% están en desacuerdo que los incentivos se reflejan en sus números realizados, el 45% está totalmente en desacuerdo que los salarios son los adecuados y el 32% están en desacuerdo que los reconocimientos se cumplan a totalidad. Se concluye que en la empresa es un factor muy esencial e importante que existan estas dos variables, para complacer al trabajador para un rendimiento positivo, esta motivación hace que los trabajadores ofrezcan un servicio de calidad.

Prado (2020) en su tesis para licenciatura de la Universidad Continental, Perú. Titulado: *Impacto de la motivación en el desempeño laboral de los trabajadores del Gobierno Regional de Junín 2019*. Esta investigación ha sido el de identificar el impacto de la motivación en el desempeño laboral de los trabajadores del gobierno regional de Junín en el periodo 2019. Para esta investigación utilizamos la metodología cuantitativa porque nos permite recolectar y analizar datos para poder contestar las preguntas de investigación y luego probar las hipótesis. La muestra que se utilizó para esta investigación es de 30 colaboradores del gobierno regional de Junín que pertenecen a las diversas áreas y cargos dentro de la organización, para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento se utilizó un cuestionario de 9 preguntas los resultados fueron que: El

87% manifiesta que se siente satisfecho en el lugar de trabajo. El 53% manifiesta que se encuentra la satisfacción en el desarrollo de su trabajo. El 85% manifiesta que el gobierno regional de Junín promueve la satisfacción laboral. El 87% manifiesta que se siente satisfecho con la infraestructura de su centro de trabajo. El 67% manifiesta que en su centro de trabajo cuenta con algún manual de funciones que controle las actividades laborales. El 81% manifiesta que considera que en la empresa los colaboradores antiguos cuentan con más privilegios. El 56% manifiesta que los títulos o grados son importantes para ascender de puesto en la organización. Se concluye que: El personal pasa la mayor parte de su tiempo en el lugar de trabajo, muchas veces las actividades se vuelven tediosas y rutinarias; pues al no tener algún tipo de motivación no se encuentran bien y por lo tanto se ve reflejado en la insatisfacción, baja productividad y una alta resistencia al cambio, viéndose afectado las metas, y los objetivos.

Pérez (2022) en su tesis para licenciatura de la Universidad Cesar Vallejo, Perú. Titulado: *La motivación laboral y la gestión administrativa en una municipalidad provincial, región Junín, 2022*. El objetivo de la investigación fue determinar la relación que existe entre la motivación laboral y la gestión administrativa en una municipalidad provincial, región Junín, 2022. La investigación fue de tipo básica, nivel descriptivo-correlativo, diseño no experimental, el método fue hipotético deductivo, la muestra de tipo censal conformada por 62 trabajadores administrativos, para la recolección de datos se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento se utilizó un cuestionario de 10 preguntas los resultados fueron que: El 85% está de acuerdo en que se considera un trabajador automotivado de manera permanente. El 50% está de acuerdo en que el trabajador administrativo toma decisiones con el consentimiento de los jefes inmediatos. El 78% está de acuerdo en que los trabajadores administrativos se sienten motivados por el buen desempeño laboral dentro de la municipalidad. El 45% está de acuerdo en que los trabajadores administrativos muestran dominio y manejo adecuado de su desempeño. El 68% está de acuerdo en que los trabajadores administrativos requieren de capacitación para mejorar su desempeño. El 96% está de acuerdo en que el trabajador administrativo tiene reparos en manifestar sus opiniones ante sus compañeros. El 100% está de acuerdo en que el trabajador administrativo encuentra un clima favorable en la municipalidad para su desempeño laboral. El 74% está de acuerdo en que los trabajadores administrativos tienen especial cuidado en mantener la buena imagen de la municipalidad. El 65% está de acuerdo en que los trabajadores administrativos promueven el trabajo en equipo para lograr las metas

institucionales. El 50% está de acuerdo en que se detecta oportunamente los problemas y se toman las decisiones correctas. El 45% está de acuerdo en que los trabajadores administrativos trabajan con entusiasmo en pro de los objetivos. Se concluye que: Existe una correlación estadísticamente significativa entre las variables motivación laboral y gestión administrativa en una municipalidad provincial, región Junín, lugar donde se realizó la investigación. Obteniéndose como resultado que el coeficiente de correlación de Rho Spearman es igual a 0,646** siendo el nivel de significancia $\text{sig} = ,000 < ,001$, deduciendo que, a mejor motivación laboral a los trabajadores administrativos, mayor será el nivel del logro de la gestión administrativa de una municipalidad provincial, región Junín, y viceversa.

Variable 2: Calidad de servicio

Armas (2022) en su tesis para licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado: *Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la micro empresa, Librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022*, el objetivo determinar la relación existente entre calidad de servicio y la Satisfacción de los clientes en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022. Se trata de una investigación básica con diseño descriptivo- correlacional con un enfoque cuantitativo. Se utilizó como técnica la encuesta y como instrumentos el cuestionario de 9 preguntas, la población y muestra la confirman 30 trabajadores, los resultados fueron que: El 96% indican que la librería Laurita tiene equipos y nuevas tecnologías de apariencia moderna. El 50% indican las instalaciones físicas son cómodas y visualmente atractivas. El 65% indican los empleados de Librería Laurita tienen una apariencia pulcra. El 79% indican los materiales relacionados con el servicio que utiliza Librería Laurita son visualmente atractivos. El 58% indican cuando en Librería Laurita prometen hacer algo en cierto tiempo lo hacen. El 85% indican los empleados de Librería Laurita son siempre amables. El 50% indican los empleados de Librería Laurita tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas. El 92% indican los empleados de Librería Laurita, le hacen un seguimiento personalizado. El 50% indican que la Librería Laurita tienen horario adecuado. Se concluye que: La Calidad del servicio se relaciona significativamente con la Satisfacción de los clientes en la dimensión amabilidad en la micro empresa, librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022; siendo la relación alta entre variables. (0,876).

Merino (2021) en su tesis para licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado: *Propuesta de mejora en atención al cliente, como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio,*

rubro ferretería, del distrito de Satipo, Junin 2021. Tuvo como principal objetivo: Proponer las mejoras en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Satipo, Junín 2021. La metodología empleada para este estudio fue descriptiva, no experimental – transversal y de enfoque cuantitativo. Para obtener la información se empleó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario referido a las variables de investigación. La población y muestra la constituyeron 4 ferreterías catalogadas como mype en el distrito de Satipo. Los resultados descriptivos indicaron en respuesta a los objetivos específicos que se identificó tres factores relevantes de atención al cliente representados por el rendimiento percibido, expectativas y niveles de satisfacción, alcanzando cada uno de ellos un porcentaje de 10% en el nivel medio y el factor nivel de satisfacción en 75% de nivel alto, lo cual indica de acuerdo a la descripción de los mismos que los factores pueden mejorar significativamente. Para tal efecto, se elaboró un plan de mejora que pueda hacer que las empresas del estudio puedan mejorar el proceso de atención al cliente para elevar el nivel de satisfacción de los mismos. De tal manera que las conclusiones de la investigación se enfocaron que las ferreterías del estudio requieren realizar mejoras en la atención al cliente.

Delfín (2021) en su tesis para licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado: *Gestión de la calidad y satisfacción del cliente en la Mype del sector comercio rubro, recreo campestre Las Garzas Satipo 2021.* Tuvo como objetivo: Determinar cómo se relaciona la gestión de la calidad y satisfacción del cliente en la mype del sector comercio rubro Recreo Campestre las Garzas, Satipo 2021. La investigación propicia una investigación de tipo cuantitativa, de corte transversal, según su carácter descriptivo con un diseño correlacional. La población de estudio fue no probabilística por conveniencia y censal contando con 60 clientes recurrentes, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento a un cuestionario de tipo Likert que se le aplicó a la muestra obteniendo el siguiente resultado, un valor $P=0,000$ en la correlación entre las variables Gestión de calidad y el Satisfacción del cliente que afirma que es inferior al grado de significancia 0.05, indicándonos que existe una correlación por lo tanto se acepta la H_a y rechaza la H_0 . Pudiendo afirmar que existe una correlación con un coeficiente $r=0,899$ que afirma una correlación positiva muy fuerte. Se concluye determinando respecto a la relación de la gestión de la calidad y satisfacción con una probabilidad de error de 0%. Y un

coeficiente de Pearson con el que determina una correlación positiva muy fuerte representadas en un 80.82%

2.2. Bases teóricas

Variable 1: Motivación laboral

La motivación es un estado interno de la persona, por lo que varía en cada una. Implica un complejo proceso neurológico, cognitivo y emocional que impulsa y mantiene activo a un individuo hacia la concreción de una meta. Sin embargo, puede estar condicionado por factores externos, como normas éticas, valores, reconocimientos públicos o retribuciones monetarias, de esta manera se puede decir que la motivación laboral es la capacidad de estimular y mantener una actitud positiva en el trabajador, de modo que pueda encontrar gratificación en su actividad profesional. Así, se espera que el empleado satisfaga alguna de sus necesidades personales y ayude al mismo tiempo a cumplir ciertos objetivos empresariales; la motivación laboral tiene que ver, por un lado, con la satisfacción individual que genera realizar tareas que están alineadas con los intereses de la organización y, por el otro lado, con las acciones que realiza la empresa para incentivar a los empleados (Pizarro, 2019).

La motivación es lo que impulsa al individuo a realizar una determinada actividad o a responder con un comportamiento u otro ante una situación concreta. La motivación laboral será la fuerza que estimule al trabajador para conseguir satisfacer sus propias necesidades y alcanzar unos objetivos a través del desarrollo de su trabajo. Por otra parte, las empresas intentarán motivar a sus trabajadores para que se esfuercen y muestren interés en la realización de su trabajo, implicándose así más en la tarea y en la consecución de los objetivos deseables por la empresa (Peña y Villon, 2019).

El éxito de una empresa está directamente relacionado con el nivel de motivación laboral de sus trabajadores. Y es que ellos son el verdadero motor del negocio y los que, finalmente, harán que nuestra empresa triunfe o fracase. Razón de más para velar por que se sientan cómodos y para implantar políticas de Recursos Humanos que apunten en esta dirección. La motivación laboral influye directamente sobre el rendimiento de los trabajadores. Algo que, en cierto modo, resulta muy lógico. Es decir, cuando un trabajador siente que su organización se preocupa por su bienestar, mejora su compromiso con ella y su implicación. Esto, a su vez, favorece que quiera llegar a sus objetivos y cumplir con una estrategia de la que se siente parte activa. Las expectativas del empleado respecto de la

compañía y el cargo que desempeña también son importantes. Si las tiene, repercutirá positivamente en la entidad, mientras que, si carece de ellas, todo lo contrario (Valdés, 2022).

Dimensión 1: Motivación intrínseca

La motivación intrínseca es aquella que surge gracias a la satisfacción que aporta una tarea en su ejecución. Se trata de una motivación propia que viene con la persona, que se auto estimula y que no requiere de una tercera fuente (por ejemplo, de que el jefe le reconozca). Incluye una parte objetiva, relacionada con las habilidades de la persona. Es decir, si es bueno realizando determinadas tareas, se sentirá más realizado porque obtendrá buenos resultados. Mientras que, si no se le da bien, su motivación bajará. En definitiva: se trata de un tipo de motivación laboral directamente relacionada con nuestro nivel de satisfacción personal (Larrea, 2019).

Indicador 1: Satisfacción personal

Se entiende cuando un trabajador se siente motivado, contento y dichoso con su trabajo. La satisfacción laboral ocurre cuando un empleado siente que está teniendo estabilidad laboral, crecimiento profesional y un cómodo equilibrio entre el trabajo y la vida. Esto implica que el trabajador se siente satisfecho en el trabajo, ya que el trabajo cumple con las expectativas del individuo. Un trabajador satisfecho es importante para una organización. Todos los colaboradores desean un fuerte crecimiento profesional y un equilibrio entre la vida laboral y personal en el lugar de trabajo. Si un empleado se siente feliz con su empresa y su trabajo, retribuirá a la empresa con su esfuerzo. De acuerdo con Cortez (2022) la importancia de la satisfacción laboral se puede ver desde dos perspectivas.

Para los trabajadores: En su perspectiva, es ganar un buen salario bruto y tener estabilidad laboral. Además, que puedan encontrar un crecimiento profesional constante, obtener recompensas y reconocimientos.

Para los empleadores: para un empleador, esto es un aspecto importante para obtener lo mejor de ellos. Un empleado satisfecho siempre contribuye más a la empresa, ayuda a controlar el desgaste y a que la empresa crezca. Los empleadores deben garantizar una buena descripción del trabajo para atraer empleados. Además de brindar oportunidades a las personas para que aprendan y crezcan.

Indicador 2: Desarrollo personal

El desarrollo profesional es un factor clave tanto para la evolución personal de un individuo como para la productividad de cualquier organización empresarial. Es por este

motivo que tantos empleados como empleadores deben implementar todas las estrategias necesarias para potenciar el crecimiento laboral. De esta manera, ambas partes mejorarán ostensiblemente su rendimiento. El desarrollo profesional es una tarea que corresponde en primer término al propio individuo que desea crecer profesionalmente y alcanzar su máximo potencial a nivel laboral. De igual manera, también es una labor que ocupa al departamento de recursos humanos de cualquier organización empresarial (Díaz, 2023).

Dimensión 2: Motivación extrínseca

La motivación extrínseca ha recibido múltiples definiciones. De forma genérica, podríamos decir que se trata de la motivación que se da por factores externos a la propia actividad. Es decir, la persona realizaría una determinada acción para conseguir algo externo a la acción (no tiene por qué ser dinero o un objeto material, también puede ser la obtención de un estado interno, como la tranquilidad), no por el placer de la actividad en sí misma. Así, a través de la motivación extrínseca, el individuo busca conseguir algo con sus esfuerzos o acciones (por ejemplo, un premio, una recompensa externa, un elogio). En otras palabras: el refuerzo o incentivo que motiva la acción (tanto si es positivo como negativo) es externo y además se encuentra fuera del control de la persona.

Indicador 1: Incentivos económicos

Son sumas de dinero que la empresa otorga a los empleados de forma ocasional o periódica por su buen rendimiento, uno de los incentivos salariales, es el pago de comisiones; el cual es una suma global de dinero brindada cuando se completa una tarea o se cumple un importante objetivo; así también se tiene a las bonificaciones las cuales suelen ser periódicas, ya sea por fin de año, por vacaciones, por navidad y por incorporación o antigüedad en la empresa; además existen los incentivos en efectivo los cuales se reflejan en aumentos de salario, en función de los logros de cada empleado, es uno de los incentivos más valorados por los empleados (Dávila, 2022).

Indicador 2: Condiciones laborales

El salario, las horas de trabajo, la organización y las condiciones del trabajo, las maneras de equilibrar la vida laboral con las exigencias de la familia y la vida fuera del trabajo, la no discriminación y la protección contra el acoso y la violencia en el trabajo son elementos básicos de la relación laboral y la protección de los trabajadores, y dichos factores también pueden afectar el desempeño económico. Las condiciones de trabajo cubren una amplia gama de temas y cuestiones, desde las horas de trabajo (tiempo trabajado, periodos

de descanso y horarios de trabajo) hasta la remuneración, como también las condiciones físicas y las demandas mentales que se imponen en el lugar de trabajo (Vidal, 2021).

Variable 2: Calidad de servicio

Es la asociación entre la percepción de satisfacción de los usuarios y la prestación del servicio o la atención que le oferta la empresa. La calidad del servicio, está referida entonces a una medida de la satisfacción por la demanda de un servicio o por la atención que le proporcionó un individuo perteneciente a la empresa oferente de un bien o servicio. La atención es uno de los factores que denota calidad y está ligada al servicio, esto significa que un producto puede ser de alta calidad, pero si el vendedor o la persona que atiende al cliente, no le garantiza un trato agradable y cordial, puede caerse la venta, sin que el usuario o consumidor haya podido siquiera probar el artículo o servicio que buscaba (Jején, 2021).

La calidad del servicio se ha convertido en unos de los aspectos más importantes y determinantes del éxito en casi todo tipo de empresas, no solamente en rubros de servicios sino también en las empresas productoras y/o comercializadoras de bienes, en las que se prestan servicios de pre-venta, venta y de postventa, ya sea al comprador final, al usuario o a comercializadores mayoristas y/o a minoristas. Una apropiada calidad de servicio es hoy en día un factor clave para la captación, retención y fidelización de clientes, y para el logro de niveles adecuados de competitividad, especialmente para aquellas empresas que enfrentan competidores que se desenvuelven dentro de índices de calidad de servicio marcados por la globalización. Para el caso de los servicios de organizaciones que no enfrentan situaciones de competencia, tales como entidades estatales y municipales, la calidad de servicio al usuario y a la comunidad en general, es la base para poder cumplir su misión con la debida efectividad, y, asimismo, representa un aspecto preponderante en la imagen que se proyecta en la sociedad en general y en instituciones que rigen su desenvolvimiento (Piattini, 2019).

La calidad de servicio se fundamenta en la optimización y en constantes mejoras, dentro del contexto de cumplir con los requerimientos y expectativas de los diversos tipos de clientes, para lo cual es necesaria la aplicación de métodos y procedimientos de calidad de servicio enmarcados en estrategias y planes claramente definidos, pero esto no es suficiente, ya que también resulta imperativo una genuina convicción y compromiso a la calidad por parte de quienes conforman la empresa, lo que implica generar o reforzar una cultura organizacional orientada a la calidad de servicio al exterior y al interior de la organización (Piattini, 2019).

Dimensión 1: Capacidad de respuesta

La capacidad de respuesta es una forma de respuesta y disposición de los proveedores de servicios para ayudar a brindar asistencia a la comunidad en forma de servicios. La capacidad de respuesta también se refiere a la alineación entre los programas y las actividades de servicio con las necesidades y aspiraciones de la comunidad. La capacidad de respuesta es necesaria en los servicios públicos porque es una prueba de la capacidad de la organización para reconocer las necesidades de la comunidad. La capacidad de respuesta es también uno de los indicadores de servicio relacionados con la capacidad de respuesta del aparato a las necesidades de la comunidad que necesita servicios según lo estipulado en la legislación. La capacidad de respuesta muestra la alineación entre los programas y las actividades de servicio con las necesidades de la comunidad. La capacidad de respuesta se incluye en uno de los indicadores de desempeño porque describe directamente la capacidad de las organizaciones públicas para llevar a cabo su misión y objetivos, especialmente para satisfacer las necesidades de la comunidad (Marion, 2022).

Indicador 1: Rapidez en la atención

Una de las prioridades de un buen servicio al cliente es atender a los usuarios en el menor tiempo posible, sin embargo, además de la rapidez, dar soluciones efectivas y satisfactorias es fundamental. Se puede decir que es la acción inmediata de personas con adecuado servicio de calidad en productos para satisfacer a los consumidores en cualquier momento de su vida con las necesidades que probablemente pueda tener como instrumento de planificación en el entorno de los individuos que permite asignar funciones de manera que estas sean inmediatas con sabiduría de lo que tiene que hacer. La atención oportuna es dar consideración primordial en el instante que el consumidor o cliente pueda solicitarlo no antes ni después es de forma inmediata (Mirabal, 2021).

Indicador 2: Disposición de ayuda

Disposición de ayudar a los clientes y proveerlos de un servicio rápido y oportuno, es decir los clientes no tienen por qué rogar para ser atendidos, ni para que sus dificultades o problemas sean solucionados, la empresa está en la obligación de estar al tanto de las dificultades, para estar un paso adelante de ellas y una buena forma de hacerlo es retroalimentándonos con las observaciones de los clientes, por lo tanto es necesario mantener contento al cliente respondiendo a sus necesidades lo cual es la clave para el éxito a largo plazo (Crispín, 2020).

Dimensión 2: Empatía al cliente

La empatía es la capacidad de comprender y compartir los sentimientos de otra persona. Es el acto de ponerse en el lugar de los demás y ver un problema desde su punto de vista. En el servicio al cliente, la empatía es la capacidad de tener una interacción humana con un cliente. Si echas un vistazo a algunos de los espectaculares fallos del servicio al cliente, verás que implican una (enloquecedora) falta de empatía. Ser empático con alguien no significa que esté de acuerdo con él. Simplemente significa que comprendes su verdad. Es un rasgo de carácter importante que deben tener los agentes de soporte porque tienen que hablar con muchos tipos diferentes de clientes todos los días, resolver sus problemas y, al mismo tiempo, asegurarse de que están representando a la empresa de la mejor manera posible (Chauvin, 2020).

Indicador 1: Confianza al cliente

Cuando se trata de la confianza del cliente, nos referimos a uno de los factores más importantes para la generación de oportunidades de negocios de la actualidad y la base de las relaciones comerciales en nuestros tiempos. Este concepto es de especial relevancia, principalmente porque un cliente que confía en una marca es más propenso a consumir de sus productos y servicios, incluso siendo un promotor de ella, se puede decir que la personalización es un asunto esencial para ganar la confianza del cliente y una oportunidad de oro para elevar las tasas de retención. Esto significa que tienes que conocer bien a tu cliente, sus hábitos de compra, sus necesidades y sus hábitos para adaptar tu oferta a los requerimientos individuales de cada usuario (Rocha eta al., 2020).

Indicador 2: Atención personalizada

La atención personalizada es una estrategia que consiste en conocer a los clientes para brindar experiencias únicas e individuales para cada uno. Este servicio se basa en aspectos como preferencias, comportamiento de compra y atributos del cliente para personalizar la atención. La personalización proporciona placer y disfrute, más allá de la superación de expectativas, por lo que la empresa tiene el reto de buscar que cada interacción y el recorrido del cliente sea de calidad, satisfactorio y por supuesto que genere motivación para recorrer el viaje nuevamente (Camacho, 2020).

Indicador 3. Amabilidad al cliente

Es una herramienta poderosa que puede transformar por completo la experiencia del cliente, Cuando se trata a los clientes con amabilidad y calidez, se sienten valorados y apreciados, lo que crea un vínculo emocional con la marca; además, brindar una atención

con amabilidad puede reducir la tensión en situaciones difíciles y ayuda a resolver problemas de manera más efectiva (Riascos, 2023).

Marco conceptual

Motivación laboral. La motivación laboral hace referencia a la capacidad que tiene una empresa de mantener implicados a sus empleados para ofrecer el máximo rendimiento y conseguir así, los objetivos empresariales marcados por la organización. Esta motivación en el trabajo es clave para aumentar la productividad empresarial y el trabajo del equipo en las diferentes actividades que realizan, además de que cada integrante se sienta realizado en su puesto de trabajo y se identifique con los valores de la empresa. Es la mejor forma para que los trabajadores se consideren parte importante de la empresa y den el máximo por ella (Orellana, 2019).

Desarrollo profesional. Es el crecimiento de un empleado dentro de una empresa. Tiene beneficios para la empresa y los empleados. Mayor productividad y satisfacción laboral son algunos de ellos. La desigualdad de oportunidades para crecer laboralmente es el principal problema (Peiró, 2021).

Estabilidad laboral. Viene dada en primera instancia por la regulación laboral y el tipo de contrato bajo el que el trabajador realiza su tarea; así, una regulación que prime y refuerza el contrato indefinido frente a los contratos temporales fomenta la estabilidad laboral. La estabilidad laboral también es afectada por la coyuntura económica: una mala situación de la empresa que se prolonga en el tiempo puede llevar a la empresa, aun estando el trabajador empleado con un contrato indefinido, a no tener otra opción que despedirlo (Fortún, 2020).

Condiciones laborales. Cubren una amplia gama de temas y cuestiones, desde las horas de trabajo (tiempo trabajado, periodos de descanso y horarios de trabajo) hasta la remuneración, como también las condiciones físicas y las demandas mentales que se imponen en el lugar de trabajo (ComexPerú, 2022).

Calidad de servicio. Proporcionar un servicio o un producto de calidad, es lo que permite a las diferentes marcas/ compañías distinguirse de sus competidores y poder generar ingresos. Pero saber si estás proporcionando un producto o servicio que tus clientes consideren de calidad es mucho más difícil de lo que parece (Ordoñez, 2019).

Capacidad de respuesta. Responsabilidad de la organización en brindar sus servicios esto se refiere a lo voluntario que se tiene como organización para brindar sus servicios al consumidor o prestar un servicio para ello se tiene que ser conocedor en que nos

desenvolvemos hacer las cosas o sus deberes de forma rápida ser eficientes en lo que el cliente requiera para poder brindar un servicio de calidad según sea percibido esto depende de muchos factores según el establecimiento que quiera brindar este servicio ya que también influye los proveedores y mucho con el tiempo (Ribera, 2020).

2.3. Hipótesis

En el estudio titulado: Propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023: no se planteó una hipótesis por ser de nivel descriptivo de propuesta. Concordando con Arias y Holgado (2022), quienes afirma en que en un trabajo descriptivo no se considera hipótesis, debido a que una investigación descriptiva es aquella que busca el qué del objeto de estudio, más que el por qué. Como su nombre lo indica, busca describir y explicar lo que se investiga, pero no dar las razones por las cuales eso tiene lugar.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación

Tipo de investigación

La investigación fue de tipo cuantitativo. De acuerdo con Arias y Holgado (2022) la investigación cuantitativa es una estrategia de investigación que se centra en cuantificar la recopilación y el análisis de datos. Se forma a partir de un enfoque deductivo en el que se hace hincapié en la comprobación de la teoría, moldeada por filosofías empiristas y positivistas. Es decir, el estudio fue cuantitativo, porque tuvo una estructura con la cual se llegó a medir, ya que se utilizaron instrumentos de evaluación y medición.

Nivel de investigación

La investigación fue de nivel descriptivo

La investigación fue de nivel descriptivo, según Arias y Holgado (2022) indica que la investigación descriptiva de propuesta es también conocida como la investigación estadística, se describen los datos y características de la población o fenómeno en estudio. En este sentido es de nivel descriptivo, porque se describió las características de la motivación laboral para la calidad de servicio.

De propuesta

De propuesta Arias y Holgado (2022) las investigaciones de propuesta pretenden especificar las características, las propiedades, y los perfiles de personas, comunidades, grupos, procesos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, con la finalidad de establecer su comportamiento o estructura. La investigación fue de propuesta debido a que se realizó un plan de mejora a los resultados que se obtuvo de la investigación

Diseño de investigación

Fue de diseño no experimental - transversal

Fue no experimental, de acuerdo con Arias y Holgado (2022) indica que, en la investigación no experimental, se observan los fenómenos o acontecimientos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos, en un estudio no experimental no se construye ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes. Es decir, Fue No experimental, porque se realizó sin manipular deliberadamente a la variable motivación

laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023, es decir se observaron los acontecimientos tal y como se presentaron en su contexto natural.

Fue transversal, de acuerdo con Arias y Holgado (2022) este tipo de estudio de investigación en el que se observa a un grupo de personas o se recopila cierta información, en un momento determinado o en el transcurso de un periodo corto. Es decir, el estudio: Propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023. Se realizó en un espacio de tiempo determinado, donde se tuvo un inicio y un fin (2023).

3.2. Población y muestra

Población

De acuerdo con Jauregui (2019) indica que la población se refiere al conjunto de personas u objetos de los que se desea conocer algo en una investigación.

Población: La población estuvo constituida por 12 trabajadores de la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Muestra

Del mismo modo Jauregui (2019) manifiesta que la muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de algunas variables o fenómenos de la población.

Muestra: La muestra está conformada por 12 trabajadores de la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023. Es decir, se tomará el 100% de la población.

Muestreo: Censal

También Jauregui (2019) establece que la muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra. De allí, que la población a estudiar se precise como censal por ser simultáneamente universo, población y muestra.

3.3. Variables. Definición y operacionalización

Variables	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías o valorización
Variable 1 Motivación laboral	La motivación es un estado interno de la persona, por lo que varía en cada una. Implica un complejo proceso neurológico, cognitivo y emocional que impulsa y mantiene activo a un individuo hacia la concreción de una meta. Sin embargo, puede estar condicionado por factores externos, como normas éticas, valores, reconocimientos públicos o retribuciones monetarias, de esta manera se puede decir que la motivación laboral es la capacidad de estimular y mantener una actitud positiva en el trabajador, de modo que pueda encontrar gratificación en su actividad profesional (Pizarro, 2019).	Motivación intrínseca Motivación extrínseca	<ul style="list-style-type: none"> • Satisfacción personal • Desarrollo personal • Incentivos económicos • Condiciones laborales 	Likert	Siempre: 5 Casi siempre: 4 A veces: 3 Pocas veces: 2 Nunca: 1
Variable 2 Calidad de servicio	Es la asociación entre la percepción de satisfacción de los usuarios y la prestación del servicio o la atención que le oferta la empresa. La calidad del servicio, está referida entonces a una medida de la satisfacción por la demanda de un servicio o por la atención que le proporcionó un individuo perteneciente a la empresa oferente de un bien o servicio (Jején, 2021)	Capacidad de respuesta Empatía	<ul style="list-style-type: none"> • Rapidez en la atención • Disposición de ayuda • Confianza al cliente • Atención personalizada • Amabilidad 	Likert	Siempre: 5 Casi siempre: 4 A veces: 3 Pocas veces: 2 Nunca: 1

3.4. Técnica e instrumentos de recolección de información

Técnica

Según Arias y Holgado (2022) indica que la encuesta es el método utilizado para la realización de esta investigación fue la encuesta, la cual consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. La técnica que se utilizó, para recolectar información fue: La encuesta, porque es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador, la variable; motivación laboral y calidad de servicio fue dirigido a los trabajadores de la empresa.

Instrumento

Según Arias y Holgado (2022) indica que el cuestionario es el conjunto de preguntas estructuradas y organizadas que se utiliza para obtener información relacionada con los objetivos en la investigación. En esta investigación, el instrumento que se empleó es el cuestionario el cual estuvo elaborado de 20 ítems, 10 ítems para la variable: Motivación laboral y 10 ítems, para la variable: Calidad de servicio (Anexo 2). A su vez la confiabilidad de los cuestionarios se estimó por medio del coeficiente de Alfa de Cronbach en donde el resultado para la variable Motivación laboral fue de un valor de 0.908; y para la variable calidad de servicio se obtuvo una confiabilidad del 0.936; lo que indica que los instrumentos tienen una excelente confiabilidad (Anexo 6); y se realizó la validación a través de juicio de expertos en la que 3 profesionales de administración con grado de maestría analizaron y aprobaron el cuestionario para su aplicación (Anexo 3).

3.5. Método de análisis de datos

De acuerdo con Arias y Holgado (2022) el plan de análisis de datos consiste en someter los datos a la ejecución de operaciones, esto se realiza con el propósito de obtener conclusiones exactas que contribuirán a alcanzar nuestros objetivos, después del recojo de los datos mediante la técnica de la encuesta, se tabularon y graficaron de manera ordenada de acuerdo con cada variable y sus dimensiones.

Para el análisis de los datos recolectados se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.

Así mismo se utilizaron los siguientes programas informáticos: Microsoft Word: con este software se hizo posible la redacción digital y posteriores modificaciones; del mismo modo se utilizó el Acrobat Reader XI, el cual es un software gratuito que permitió leer archivos digitales de extensión PDF, como es el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual; a su vez el Microsoft Excel, el cual fue utilizada para llevar a cabo la tabulación y la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados obtenidos en las encuestas; así también se utilizó el programa Turniting para hacer la verificación que no existe similitud, así como el uso del Mendeley para la generación de las referencias bibliográficas en norma APA 7ma edición; por último, el PPT para la presentación.

3.5 Aspectos éticos

La presente investigación se realizó bajo los principios éticos del Reglamento de integridad científica de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (2023):

Respeto y protección de los derechos de los intervinientes. Se protegió a las personas partícipes de la investigación respetando su privacidad, no se colocaron datos personales como números telefónicos y dirección del domicilio en el consentimiento informado y cuestionario. Asimismo, no se tomó fotografías de su imagen sin la autorización respectiva; y se comunicó a cada trabajador que los datos proporcionados solo tendrían fines investigativos.

Cuidado del medio ambiente. Como forma de contribución al medio ambiente, preservación de la naturaleza y evitar la tala excesiva de árboles, se aplicó el cuestionario utilizando papeles reciclados, los cuales contenían las preguntas a realizar. Además, se utilizó la energía eléctrica moderadamente, se evitó que la laptop de uso para el trabajo de investigación quede cargando por largas horas.

Libre participación por propia voluntad. El cuestionario se aplicó después de dar a conocer el propósito de la investigación, contemplado en el consentimiento informado. Además de la petición de participación hacia el representante, lectura del documento, su aceptación y firma en dicho consentimiento. También se aclararon las dudas de los encargados de la

microempresa relacionada a la información brindada con el fin de otorgarles mayor seguridad en su intervención.

Beneficencia, no maleficencia. Se aclaró a los trabajadores de la microempresa en estudio, que su participación a través de la información brindada no les ocasionaría daño alguno y se respetó sus peticiones como la anonimidad de sus respuestas en el cuestionario. Además, no se interrumpió en horas de labor, se esperó a que estuvieran libres y no estén atendiendo a algún cliente, así se evitó causarles algún tipo de malestar. También se dio a conocer la importancia que tenía su participación en el trabajo de investigación, resaltando los beneficios del conocimiento de aspectos en torno a la motivación laboral y calidad de servicio, siendo estas variables relevantes en la mejora de satisfacción del trabajador y del cliente.

Integridad y honestidad. Se trabajó con integridad y rectitud en todas las actividades y procesos de la investigación, recabando información real y veraz mediante la técnica de la encuesta y a través de la búsqueda de libros, tesis, artículos, revistas, diarios y paginas confiables que fueron empleados con mucha transparencia, honestidad y responsabilidad en la elaboración de este estudio y los datos obtenido de la investigación son reales.

Justicia. Se otorgó un trato cordial a todos los participantes de la investigación, indicándoles la causa e importancia de la encuesta y su colaboración; además, se entregó un modelo de consentimiento igual para todos y se les aplicó las mismas preguntas. También se les dio a conocer los resultados de la investigación, haciéndoles llegar una copia de la información.

IV. RESULTADOS

Tabla 1

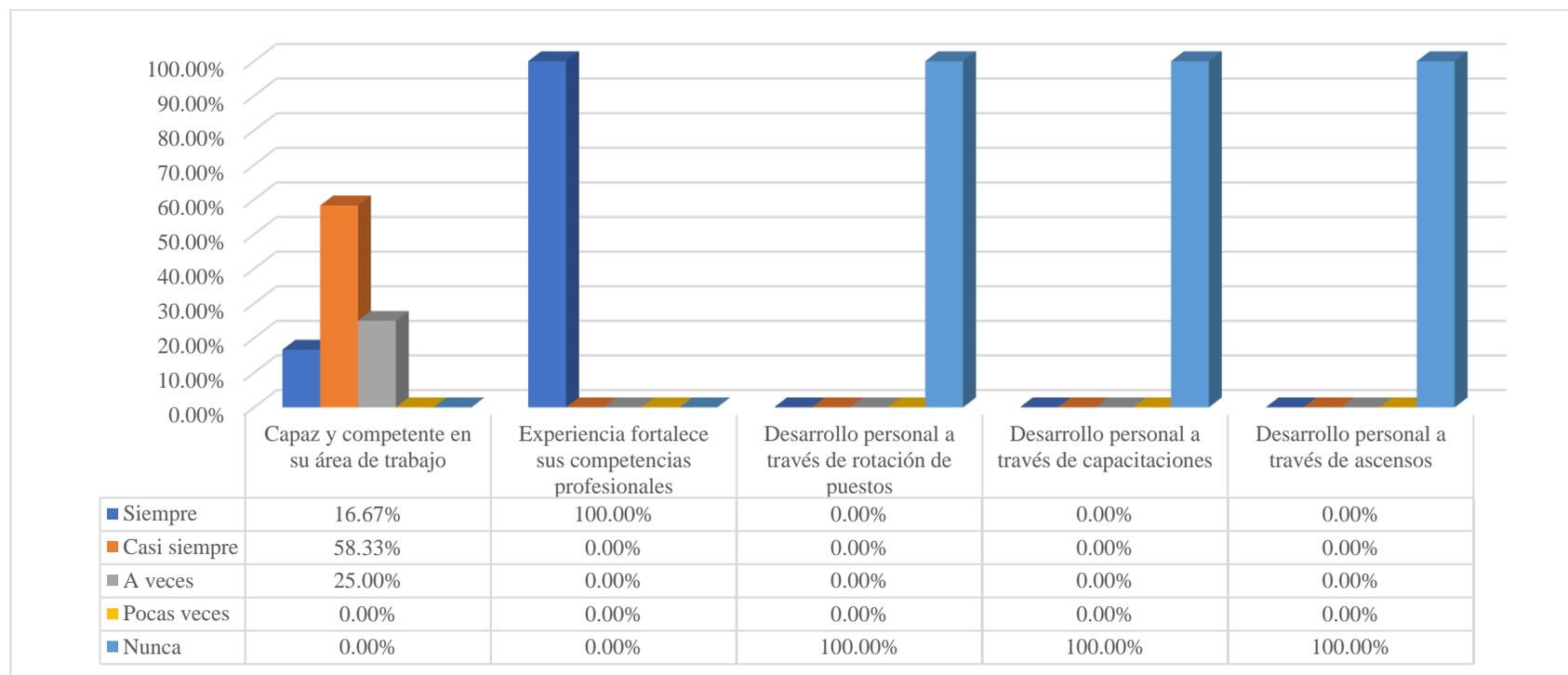
Características de la motivación intrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Características de la motivación intrínseca	N	%
Capaz y competente en su área de trabajo		
Siempre	2	16.67
Casi siempre	7	58.33
A veces	3	25.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	12	100.00
Experiencia fortalece sus competencias profesionales		
Siempre	12	100.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	12	100.00
Desarrollo personal a través de rotación de puestos		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	12	100.00
Total	12	100.00
Desarrollo personal a través de capacitaciones		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	12	100.00
Total	12	100.00
Desarrollo personal a través de ascensos		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	12	100.00
Total	12	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Figura 1

Características de la motivación intrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico 1: Describir las características de la motivación intrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Tabla 2

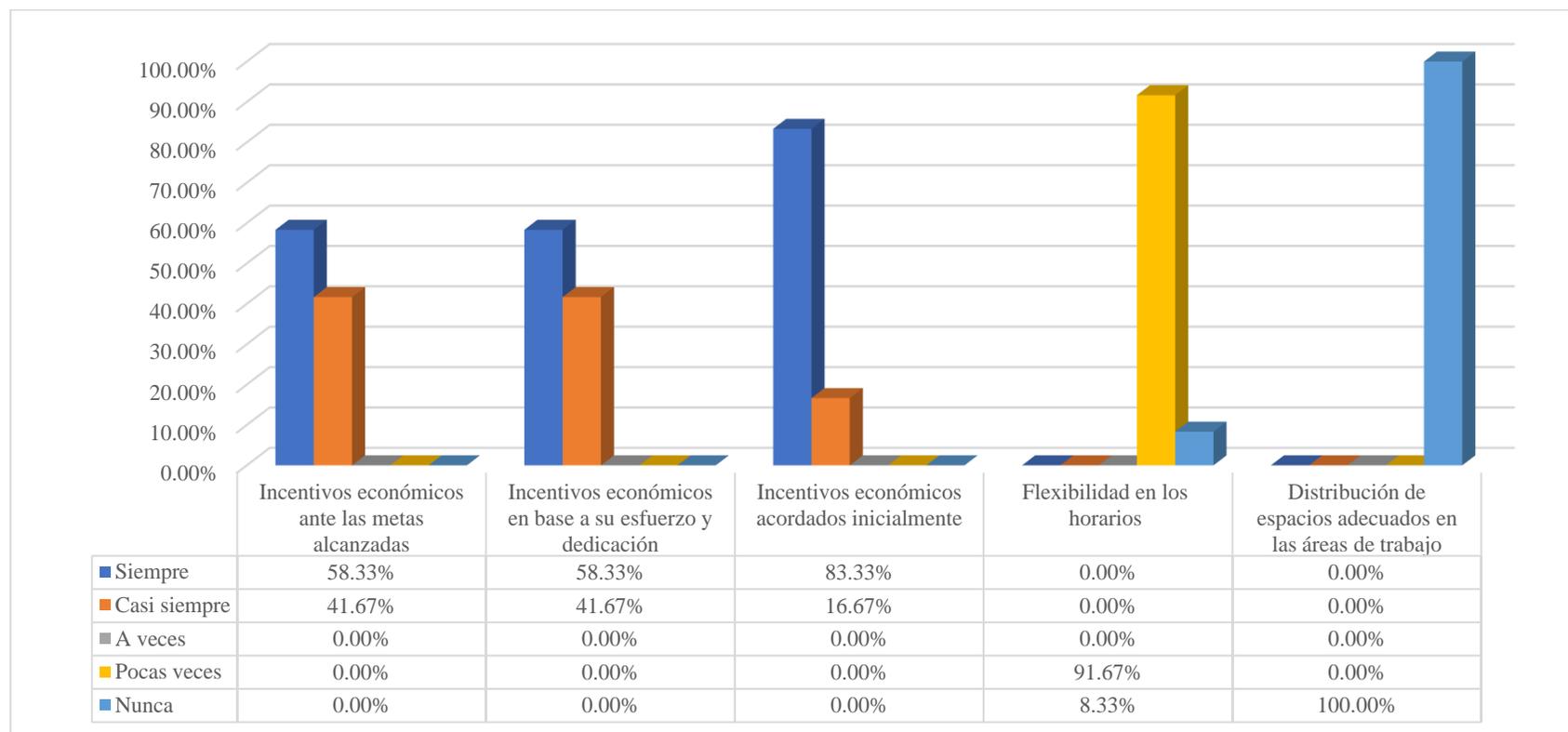
Características de la motivación extrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Características de la motivación extrínseca	N	%
Incentivos económicos ante las metas alcanzadas		
Siempre	7	58.33
Casi siempre	5	41.67
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	12	100.00
Incentivos económicos en base a su esfuerzo y dedicación		
Siempre	7	58.33
Casi siempre	5	41.67
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	12	100.00
Incentivos económicos acordados inicialmente		
Siempre	10	83.33
Casi siempre	2	16.67
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	12	100.00
Flexibilidad en los horarios		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	11	91.67
Nunca	1	8.33
Total	12	100.00
Distribución de espacios adecuados en las áreas de trabajo		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	12	100.00
Total	12	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Figura 2

Características de la motivación extrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico 2: Determinar las características de la motivación extrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Tabla 3

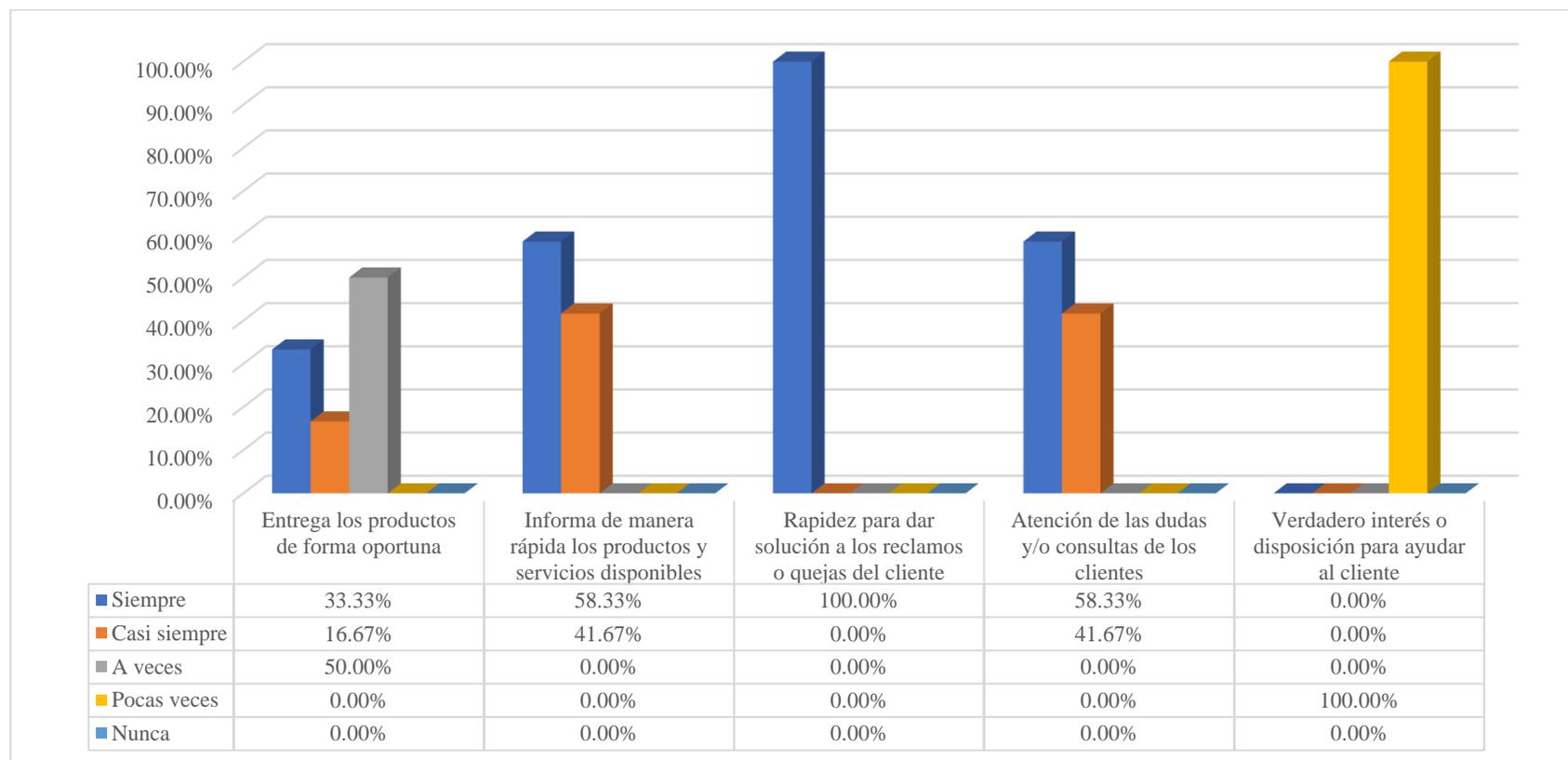
Características de la capacidad de respuesta del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Características de la capacidad de respuesta	N	%
Entrega los productos de forma oportuna		
Siempre	4	33.33
Casi siempre	2	16.67
A veces	6	50.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	12	100.00
Informa de manera rápida los productos y servicios disponibles		
Siempre	7	58.33
Casi siempre	5	41.67
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	12	100.00
Rapidez para dar solución a los reclamos o quejas del cliente		
Siempre	12	100.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	12	100.00
Atención de las dudas y/o consultas de los clientes		
Siempre	7	58.33
Casi siempre	5	41.67
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	12	100.00
Verdadero interés o disposición para ayudar al cliente		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	12	100.00
Nunca	0	0.00
Total	12	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Figura 3

Características de la capacidad de respuesta del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico 3: Definir las características de la capacidad de respuesta del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Tabla 4

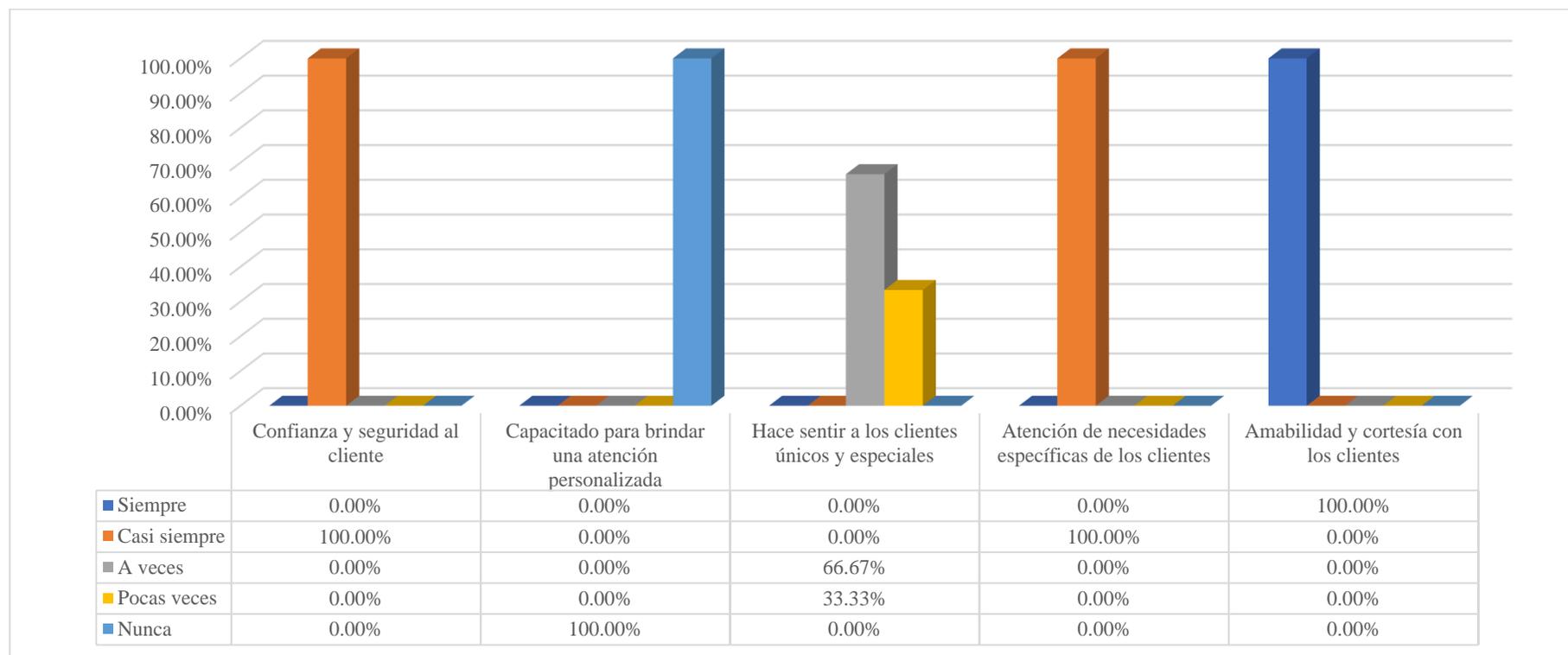
Características de la empatía del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Características de la empatía	N	%
Confianza y seguridad al cliente		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	12	100.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	12	100.00
Capacitado para brindar una atención personalizada		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	12	100.00
Total	12	100.00
Hace sentir a los clientes únicos y especiales		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	8	66.67
Pocas veces	4	33.33
Nunca	0	0.00
Total	12	100.00
Atención de necesidades específicas de los clientes		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	12	100.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	12	100.00
Amabilidad y cortesía con los clientes		
Siempre	12	100.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	12	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Figura 4

Características de la empatía del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas al objetivo específico 4: Describir las características de la empatía del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Tabla 5

Propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Variable	Indicador	Problema	Causa	Consecuencia	Acciones de mejora	Responsables	Presupuesto
Motivación laboral	Satisfacción personal Desarrollo personal	El 100.00% de los trabajadores considera que nunca la empresa promueve el desarrollo personal a través de rotación de puestos.	El personal tiene temor a ocupar otros puestos, debido a que no se sienten con la capacidad de ejecutar otras funciones. A pesar que el personal lleva demasiado tiempo trabajando para la empresa considera que no se está aprovechando al máximo sus capacidades.	Insatisfacción del personal porque existe la posibilidad de que no se sientan valorados o reconocidos por la empresa.	<p>Crear un manual de organizaciones funciones y otorga la información de este documento a todos los trabajadores para que de esta manera reconozcan todos los objetivos y funciones específicas de cada cargo.</p> <p>Es necesario valorar al personal a través de reconocimientos emocionales:</p> <p>a. Público: Premiar, felicitar, recomendar al personal con mayor desempeño frente a los compañeros o equipo de trabajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear un muro de la fama • Realizar entregas de premios en reuniones o ceremonias de fin de año. • Reconocimiento en redes sociales, página web empresarial. <p>b. Privado: Felicitación del jefe en una reunión privada.</p> <p>c. Promoción: Aumento de la responsabilidad en la empresa, acompañado normalmente por una subida del salario, para reforzar la confianza.</p>	Dueño/ colaborador	S/.1000.00
		El 100.00% del personal considera que nunca la empresa busca promover el desarrollo personal a través de capacitaciones.	El gerente desconoce de la elaboración de planes o programas de capacitación para mejorar el desarrollo profesional del empleado. El gerente considera que la capacitación es un gasto y no una inversión a largo plazo.	Bajo nivel de productividad No aprovechar al máximo las capacidades y habilidades del personal.	<p>Crear un programa de capacitación que contenga la siguiente estructura:</p> <p>Alcance de la capacitación: Todos los trabajadores.</p> <p>a. Objetivo: Mejorar la productividad de la empresa.</p> <p>b. Tema: Plan estratégico, Toma de decisiones.</p> <p>c. Duración: 3 meses.</p> <p>d. Sesiones: 6</p> <p>e. Duración de cada sesión: 1hora</p> <p>f. Modalidad: Presencial.</p> <p>g. Recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Humanos: 	Dueño/ colaborador	S/.1000.00

					Lo conforman los participantes, facilitadores y expositores especializados en la materia, como: licenciados en administración, contadores, Psicólogos, etc. <ul style="list-style-type: none"> • Materiales: <ul style="list-style-type: none"> a. Infraestructura. Las actividades de capacitación se desarrollarán en ambientes adecuados proporcionados por la gerencia de la empresa. b. Mobiliario, equipo y otros. Está conformado por carpetas y mesas de trabajo, pizarra, plumones, total folio, equipo multimedia, TV, y ventilación adecuada. c. Documentos técnico – educativo. Entre ellos tenemos: certificados, encuestas de evaluación, material de estudio, Etc. 		
		El 100.00% de los trabajadores mencionan que nunca la empresa busca promover el desarrollo personal a través de ascensos.	El gerente desconoce de cómo realizar promociones de ascenso en la empresa. No se evalúa el desempeño del trabajador para promover ascensos.	Puede ocasionar fuga de talentos, es decir el empleado al no sentirse valorado en la empresa puede optar por renunciar y buscar un trabajo con mejores oportunidades laborales.	Promover el ascenso a través de la medición del desempeño del trabajador es decir es necesario evaluar el rendimiento del colaborador para darle una posibilidad de ocupar un cargo más importante. La empresa deberá evaluar el desempeño a través de las siguientes técnicas: <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de 360° • Encuestas de rendimiento de personal. 	Dueño/ colaborador	S/.1000.00
	Condiciones laborales	El 91.67% del personal considera que pocas veces la empresa busca mejorar las condiciones laborales, a través de la flexibilidad en los horarios de trabajo.	Es gerente desconoce de cómo aplicar la flexibilidad horaria a los trabajadores.	Personal agotado es decir con mucho cansancio debido a que las jornadas laborales se vuelven rutinarias.	Aplicar horarios flexibles fijos – variables, este consiste en que la empresa ofrece diferentes horarios para que los colaboradores elijan cuál se adapta mejor a sus necesidades. Sin embargo, una vez que se elige se convierte en horario obligatorio.	Dueño/ colaborador	S/.1000.00
		El 100.00% de los trabajadores mencionan que la empresa nunca busca mejorar las condiciones laborales, a través de distribución de espacios adecuados en las áreas de trabajo.	Las instalaciones de la empresa son demasiados pequeñas por ende el gerente no logra identificar cómo mejorar los espacios. No se cuenta con los recursos financieros necesarios para remodelar las instalaciones.	Probabilidad de que surcan accidentes en el trabajo. No se permite una circulación adecuada en el centro laboral por ende se puede retrasar la entrega de los productos al cliente.	Debido a que las instalaciones ya tienen un espacio determinado, es decir no existe la posibilidad de ampliar o agrandar los espacios, pero sí se puede reducir el desorden o la acumulación de objetos innecesarios en las áreas de trabajo. Para lograr una mejor distribución se debería aplicar la técnica de las 5S. <ul style="list-style-type: none"> • Paso 1: Clasificar las herramientas de trabajo. 	Dueño/ colaborador	S/.1000.00

Variable	Indicador	Problema	Causa	Consecuencia	Acciones de mejora	Responsables	Presupuesto
					<ul style="list-style-type: none"> • Paso 2: Organizar las herramientas actuales. • Paso 3: Limpiar los espacios de trabajo. • Paso 4: Estandarizar. • Paso 5: Seguir mejorando. 		
Calidad de servicio	Rapidez en la atención	El 50.00% de los trabajadores considera que a veces entregan los productos de forma oportuna.	En ocasiones el producto que requiere el cliente no está en almacén por ende tarda mucho en conseguir de hechos productos de otras sucursales. Escaso personal para la atención al cliente en fechas festivas.	Cliente insatisfecho ya que no encuentra el producto deseado en la empresa. Carga laboral ya que el personal puede sentirse estresado por la gran cantidad de clientes que ingresan al establecimiento.	Adquirir un sistema de control de inventarios; para lograr controlar los bienes y el stock, registrar los movimientos y hacer un seguimiento de las compras. Contratar a trabajadores eventuales para las fechas festivas así se evitará que exista carga laboral.	Dueño/ colaborador	S/.1000.00
	Disposición de ayuda	El 100.00% de los trabajadores consideran que pocas veces muestran un verdadero interés o disposición para ayudar al cliente	Personal muy estresado por la rutina laboral por ende muestran en ocasiones desinterés por ayudar al cliente. No se cuenta con procesos definidos para mejorar la rapidez en la tensión.	Los clientes pueden generar comentarios negativos hacia el establecimiento. Pérdida de clientes ya que al no encontrar con rapidez los productos deciden irse a la competencia	Realizar reuniones de confraternidad, se puede decir que la reunión brinda la oportunidad a los miembros, de exponer sus ideas y contribuir con sus aportaciones al cumplimiento de las metas de la empresa. Crear un flujograma de servicio que les permita observar claramente y detalladamente los procesos a seguir para atender al cliente desde que ingresa local hasta que se retira del establecimiento.	Dueño/ colaborador	S/.1000.00
	Atención personalizada	El 100.00% de los trabajadores considera que nunca fue capacitado para brindar una atención personalizada.	El gerente desconoce de los grandes beneficios de brindar una atención personalizada al cliente Personal no capacitado para brindar una atención personalizada.	No lograr la fidelización y posicionamiento de la marca en el rubro. Disminución en las ventas ya que no se logra captar nuevos clientes a través de la atención personalizada.	Capacitar al personal en atención personalizada al cliente. h. Objetivo: Mejorar la satisfacción del cliente. i. Tema: Calidad de servicio. j. Duración: 1 mes. k. Sesiones: 2 l. Duración de cada sesión: 2 horas m. Modalidad: Presencial. n. Recursos • Humanos: Capacitador • Materiales: Proyector, mesas, sillas.	Dueño/ colaborador	S/.1000.00

		El 66.67% de los trabajadores mencionan que a veces hacen sentir a los clientes únicos y especiales	Personal con poco conocimiento para tratar de una manera única y diferenciada al cliente. El personal no cuenta con la capacidad de escucha es decir no es empático por lo tanto no atiende a las necesidades específicas del cliente.	El cliente puede sentir la sensación de que no es valorado por la empresa. Insatisfacción del personal debido a que no cuenta con un trato diferenciado de lo demás.	Diseñar una base de datos de clientes para personalizar la tensión, esta herramienta deberá contener los siguientes características del cliente: <ul style="list-style-type: none"> • Edad • Genero • Grado de instrucción: • Dirección • Fecha de cumpleaños • Productos que suele consumir • Frecuencia de compra • Formas o métodos de pago 	Dueño/ colaborador	S/.1000.00
TOTAL, S/.							9,000.00

V. DISCUSIÓN

Objetivo específico 1: Describir las características de la motivación intrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023

Tabla 1. Características de la motivación intrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023

Capaz y competente en su área de trabajo: El 58.33% de los trabajadores mencionan que casi siempre sienten satisfacción porque consideran que son capaces y competentes en el área de trabajo. Estos resultados coinciden como Ortiz (2021) en su tesis titulado: *La motivación y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Fairis C.A., de la ciudad de Ambato*, quién indica que el 60% de los trabajadores creen que cuentan con todas las capacidades y habilidades para cumplir con las actividades asignadas; de igual forma coinciden con Torres y Ramírez (2020) en su tesis titulado: *La motivación y satisfacción laboral en relación con el desempeño en la industria alimenticia del Cantón la Troncal*, quienes evidenciaron que el 56% de los colaboradores sienten satisfacción porque son competentes en sus actividades. La mayoría de los trabajadores considera que están aptos y preparados para toda clase de retos de la empresa ya que demuestran profesionalismo y experiencia en las funciones que realizan, se puede decir que lograr la satisfacción laboral permite tener empleados más felices lo que genera una mayor productividad y un índice de ausentismo mucho menor en el trabajo.

Experiencia fortalece sus competencias profesionales: El 100.00% del personal considera que siempre se sienten satisfechos con la experiencia que han logrado en la empresa para fortalecer sus competencias profesionales. Estos resultados coinciden como Ortiz (2021) en su tesis titulado: *La motivación y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Fairis C.A., de la ciudad de Ambato*, quién indicó que el 70% del personal considera que la empresa le ayuda a mejorar sus habilidades profesionales; de igual forma coinciden con Torres y Ramírez (2020) en su tesis titulado: *La motivación y satisfacción laboral en relación con el desempeño en la industria alimenticia del Cantón la Troncal*, quienes

evidenciaron que el 96% de los colaboradores sienten satisfacción porque el trabajo que tienen les permite adquirir nuevas capacidades y experiencias profesionales. La totalidad de los trabajadores indicaron que si se encuentran satisfechos porque la empresa les permite fortalecer sus competencias profesionales es decir gracias a la experiencia que han logrado en el rubro han mejorado la eficiencia en el cumplimiento de los objetivos. Se puede decir que es necesario que las empresas mejoren las competencias laborales para lograr un mejor rendimiento, minimizando los errores y promover la colaboración entre los compañeros de trabajo.

Desarrollo personal a través de rotación de puestos: El 100.00% de los trabajadores considera que nunca la empresa promueve el desarrollo personal a través de rotación de puestos. Estos resultados coinciden con lo encontrado por Prado (2019) en su tesis Titulado: *Impacto de la motivación en el desempeño laboral de los trabajadores del Gobierno Regional de Junín 2019*, quién halló que el 72% de los trabajadores indicaron que en la empresa no se aplica la rotación de puestos; de igual forma coinciden con Torres y Ramírez (2020) en su tesis titulado: *La motivación y satisfacción laboral en relación con el desempeño en la industria alimenticia del Cantón la Troncal*, quienes evidenciaron que el 50% de los colaboradores indican que la empresa aplica la técnica de rotación de puestos. La totalidad de los trabajadores indicaron que en la empresa no se promueve el desarrollo profesional a través de la rotación de puestos, cabe decir que la empresa por su limitado tamaño aún no está preparada para este método de desarrollo; por lo tanto, para que el trabajador se sienta motivado se debería realizar reconocimientos emocionales ya que es una forma de motivar al trabajador.

Desarrollo personal a través de capacitaciones: El 100.00% del personal considera que nunca la empresa busca promover el desarrollo personal a través de capacitaciones. Estos resultados coinciden Torres y Ramírez (2020) en su tesis titulado: *La motivación y satisfacción laboral en relación con el desempeño en la industria alimenticia del Cantón la Troncal*, quiénes hallaron que el 87% de los trabajadores indicaron que la empresa realiza capacitaciones para estar actualizado en las labores del puesto de trabajo, pero se contrasta con Gutiérrez (2021) en su tesis titulada; *Influencia de la motivación laboral en el desempeño de la fuerza de ventas de la empresa Tiendas Pieers Huancayo (Corporación Wama SAC), 2021*, quien aportó que el 57% de los trabajadores cuentan con cursos y capacitaciones en su centro de trabajo. La totalidad de

los trabajadores indicaron que la empresa no brinda capacitaciones esto se debe a que gerente desconoce de la implementación, así como los recursos y presupuesto que se utilizarán para el proceso de entrenamiento al personal.

Desarrollo personal a través de ascensos: El 100.00% de los trabajadores mencionan que nunca la empresa busca promover el desarrollo personal a través de ascensos, estos resultados coinciden Torres y Ramírez (2020) en su tesis titulado: *La motivación y satisfacción laboral en relación con el desempeño en la industria alimenticia del Cantón la Troncal*, quienes hallaron que el 100% de los trabajadores indicaron que la empresa no brinda posibilidades de ascensos; de la misma manera coinciden con Gutiérrez (2021) en su tesis titulada; *Influencia de la motivación laboral en el desempeño de la fuerza de ventas de la empresa Tiendas Pieers Huancayo (Corporación Wama SAC), 2021*, quien aportó que el 85% de los trabajadores indicaron que la empresa se promueve los ascensos. La totalidad de los trabajadores indicaron que la empresa nunca da posibilidades de censo esto se debe a que el gerente no toma en cuenta los beneficios de mejorar la motivación al trabajador, en este sentido no se está evaluando el desempeño para detectar qué candidatos podrían ejercer sus funciones en otros puestos, si en la empresa se promueven los ascensos, el nivel de motivación dentro del grupo de colaboradores será alto, pues todos buscarán una oportunidad para demostrar sus capacidades y ascender en busca de una mejora laboral y por ende económica.

Objetivo específico 2: Determinar las características de la motivación extrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Tabla 2. Características de la motivación extrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Incentivos económicos ante las metas alcanzadas: El 58.33% de los trabajadores considera que siempre la empresa ofrece incentivos económicos ante las metas alcanzadas. Estos datos se contrastan con Gutiérrez (2021) en su tesis titulada; *Influencia de la motivación laboral en el desempeño de la fuerza de ventas de la empresa Tiendas Pieers Huancayo (Corporación*

Wama SAC), 2021, quien establece que el 69% de los trabajadores señalaron que casi siempre tienen recompensas e incentivos que ayudan a motivar y aumentar sus rendimientos económicos en su centro de trabajo; pero se contrasta con Miranda (2021) en su tesis Titulado; *Motivación laboral en las micro y pequeñas empresas rubro ferretería: caso Cofahua SAC, distrito San Juan Bautista, Ayacucho 2021*, quien evidenció que el 100% de los trabajadores consideran que la empresa no los incentiva por las metas logradas. La mayoría de los trabajadores indicaron que si reciben incentivos económicos en base a las metas u objetivos alcanzados. Se puede decir que los incentivos laborales son un tipo de programa de compensación que utilizan las empresas para estimular la motivación y el desempeño de los empleados con el fin de aumentar su producción.

Incentivos económicos en base a su esfuerzo y dedicación: El 58.33% del personal menciona que siempre los incentivos económicos estuvieron de acuerdo a su esfuerzo y dedicación. Estos datos se contrastan con Gutiérrez (2021) en su tesis titulada; *Influencia de la motivación laboral en el desempeño de la fuerza de ventas de la empresa Tiendas Pieers Huancayo (Corporación Wama SAC), 2021*, quien establece que el 64% señalo que los incentivos otorgados fueron en relación a su desempeño; de igual forma se contrasta con Miranda (2021) en su tesis Titulado; *Motivación laboral en las micro y pequeñas empresas rubro ferretería: caso Cofahua SAC, distrito San Juan Bautista, Ayacucho 2021*, quien evidenció que el 80% de los trabajadores indicaron que no se realiza evaluación de desempeño para determinar un plan de incentivos. La mayoría de los trabajadores indicaron que los incentivos que les otorgaron fueron en base a su desempeño, estuvieron conformes con la recompensa entregada, la forma en que se ofrecen y la cuantía de los incentivos ofrecidos contienen información para el receptor, que será utilizada al tomar una decisión de esfuerzo, los incentivos enfocan los esfuerzos de los empleados en metas específicas de desempeño. Proporcionan una motivación verdadera que produce importantes beneficios para empleado y la organización.

Incentivos económicos acordados inicialmente: El 83.33% de los trabajadores considera que siempre la empresa cumple con otorgar los incentivos económicos acordados inicialmente. Estos resultados coinciden con lo hallado por Miranda (2021) en su tesis Titulado; *Motivación*

laboral en las micro y pequeñas empresas rubro ferretería: caso Cofahua SAC, distrito San Juan Bautista, Ayacucho 2021, quien estableció que el 67.4% de los trabajadores indicaron que la empresa cuenta con un plan de incentivos y recompensas; pero se contrasta con Luzberli (2020) en su tesis titulado: *Relación de la motivación en el desempeño laboral de los colaboradores de una empresa distribuidora de abarrotes – Jaén*, quien evidenció que el 100% de los trabajadores manifestaron que no existen reconocimientos o incentivos de manera justa. La mayoría de los trabajadores indica que la empresa desde un principio hizo mención de la cantidad o premio que se le iba a otorgar por el cumplimiento de los objetivos, es decir si hubo un plan de incentivos que permita al empleado seguir mejorando en sus actividades. Cabe decir que un incentivo bajo puede enviar una señal de que el esfuerzo requerido no es muy apreciado, e incluso se puede llegar a tomar como un insulto y provocar que alguien se esfuerce aún menos de lo que lo hubiera hecho sin incentivo. Un incentivo excepcionalmente alto, podría indicar que la tarea que a uno le piden es más costosa de lo esperado, o incluso más peligrosa. Por ejemplo, se ha observado que cuando a los vecinos de un pueblo se les ofrece dinero por aceptar la instalación de una planta de residuos cerca de su vecindario, la oposición al proyecto creció de forma importante.

Flexibilidad en los horarios: El 91.67% del personal considera que pocas veces la empresa busca mejorar las condiciones laborales, a través de la flexibilidad en los horarios de trabajo. Estos resultados coinciden con lo hallado por Miranda (2021) en su tesis Titulado; *Motivación laboral en las micro y pequeñas empresas rubro ferretería: caso Cofahua SAC, distrito San Juan Bautista, Ayacucho 2021*, quien estableció que el 68,5% de los trabajadores indicaron que en la empresa existe horarios flexibles; pero se contrasta con Luzberli (2020) en su tesis titulado: *Relación de la motivación en el desempeño laboral de los colaboradores de una empresa distribuidora de abarrotes – Jaén*, quien evidenció que el 85% de los trabajadores manifestaron en el trabajo no existe flexibilidad en el horario. La mayoría de los trabajadores indica que pocas veces existe flexibilidad horaria es decir en ocasiones el trabajador por estar con demasiado cargo laboral tiene la posibilidad u oportunidad de elegir el horario de entrada y salida en ciertas temporadas del año.

Distribución de espacios adecuados en las áreas de trabajo: El 100.00% de los trabajadores mencionan que la empresa nunca busca mejorar las condiciones laborales, a través de distribución de espacios adecuados en las áreas de trabajo. Estos resultados coinciden con lo hallado por Miranda (2021) en su tesis Titulado; *Motivación laboral en las micro y pequeñas empresas rubro ferretería: caso Cofahua SAC, distrito San Juan Bautista, Ayacucho 2021*, quien establecido que el 87.5% de los trabajadores indicaron que los espacios, iluminación, ventilación del área de trabajo no es adecuada; pero se contrasta con Luzberli (2020) en su tesis titulado: *Relación de la motivación en el desempeño laboral de los colaboradores de una empresa distribuidora de abarrotes – Jaén*, quien evidenció que el 80% de los trabajadores manifestaron que el área donde laboran si está distribuido correctamente. La totalidad de los trabajadores indicaron que nunca se han mejorado la distribución de los espacios en las áreas del trabajo es decir ellos están en un área en donde existe quizá desorden lo cual no permite el tránsito adecuado para la entrega de los productos.

Objetivo específico 3: definir las características de la capacidad de respuesta del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Tabla 3. Características de la capacidad de respuesta del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Entrega los productos de forma oportuna: El 50.00% de los trabajadores considera que a veces entregan los productos de forma oportuna. Estos resultados se contrastan con lo encontrado por Cruz (2021) en su tesis titulado: *Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en las bodegas atendidas por las distribuidoras de consumo masivo en el canal tradicional de la ciudad de Puno en el año 2021*, quien manifestó que el 41% de los trabajadores siempre esperan un sincero interés de parte de la distribuidora en resolver algún problema con sus pedidos; de igual forma se contrasta con Flores (2020) en su tesis Titulado: *Calidad de servicio y ventas de las empresas de abarrotes en el distrito de Pillco Marca – 2020*, quien evidencio que el 56% de los clientes consideran que los trabajadores si entregaron los productos en el momento pactado. La mayoría de los trabajadores sólo a veces entrega los

productos de manera oportuna esto se debe a que en ciertas circunstancias o imprevistos la empresa no tiene el stock necesario para la entrega de los pedidos. Para la gran mayoría de las empresas, la puntualidad en las entregas es un punto clave debido a que genera una percepción importante en los clientes, y es que sin dudas es sumamente relevante para su negocio que las compañías puedan mantener la satisfacción de los clientes.

Informa de manera rápida los productos y servicios disponibles: El 58.33% del personal consideran que siempre informan de manera rápida y oportuna los productos y servicios disponibles. Estos resultados coinciden con lo encontrado por Cruz (2021) en su tesis titulado: *Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en las bodegas atendidas por las distribuidoras de consumo masivo en el canal tradicional de la ciudad de Puno en el año 2021*, quien manifestó que el 64% de los trabajadores brindan información oportuna de los productos disponibles en la empresa; de igual forma coincide con Flores (2020) en su tesis *Titulado: Calidad de servicio y ventas de las empresas de abarrotes en el distrito de Pillco Marca – 2020*, quien evidencio que el 85% de los clientes consideran que los trabajadores si informan de manera oportuna la cantidad de productos disponibles. La mayoría de los trabajadores informan de manera oportuna sobre los productos que se encuentran en almacén.

Rapidez para dar solución a los reclamos o quejas del cliente: El 100.00% de los trabajadores consideran siempre muestra rapidez para dar solución a los reclamos o quejas del cliente. Estos resultados coinciden con lo hallado por Pérez (2022) en su tesis titulado: *La motivación laboral y la gestión administrativa en una municipalidad provincial, región Junín, 2022*, quien estableció que el 50% de los colaboradores está de acuerdo en que se detecta oportunamente los problemas y se toman las decisiones correctas; de igual forma coincide con Flores (2020) en su tesis *Titulado: Calidad de servicio y ventas de las empresas de abarrotes en el distrito de Pillco Marca – 2020*, quien evidencio que el 70% de los clientes consideran que los trabajadores son eficientes en la atención de reclamos o quejas. La totalidad de los trabajadores indicaron que si muestra la rapidez en la solución y reclamos del cliente ya que han logrado adquirir experiencia sobre los tipos de clientes o imprevistos que puedan suceder en el día a día.

Atención de las dudas y/o consultas de los clientes: El 58.33% del personal mencionan que siempre está dispuesto para poder atender las dudas y/o consultas de los clientes. Estos

resultados coinciden con lo hallado por Pérez (2022) en su tesis titulado: *La motivación laboral y la gestión administrativa en una municipalidad provincial, región Junín, 2022*, quien estableció que el 70% de los colaboradores siempre muestran disposición para ayudar al cliente; de igual forma coincide con Flores (2020) en su tesis *Titulado: Calidad de servicio y ventas de las empresas de abarrotes en el distrito de Pillco Marca – 2020*, quien evidencio que el 85% de los clientes consideran que los trabajadores si muestran disposición para resolver alguna duda presentada. La mayoría de los trabajadores siempre está dispuesta a atender a las dudas o consulta de cliente esto permite generar una retroalimentación para detectar en qué aspectos está fallando el personal y de esta manera tomar acciones correctivas

Verdadero interés o disposición para ayudar al cliente: El 100.00% de los trabajadores consideran que pocas veces muestran un verdadero interés o disposición para ayudar al cliente. Estos resultados coinciden con lo hallado por Pérez (2022) en su tesis titulado: *La motivación laboral y la gestión administrativa en una municipalidad provincial, región Junín, 2022*, quien estableció que el 50% de los colaboradores si muestran sinceridad e interés por resolver los problemas del cliente; de igual forma coincide con Flores (2020) en su tesis *Titulado: Calidad de servicio y ventas de las empresas de abarrotes en el distrito de Pillco Marca – 2020*, quien evidencio que el 56% de los clientes consideran que los trabajadores tomaron iniciativas para resolver los problemas en el servicio. La totalidad de los trabajadores indicaron que a pesar que sí resuelven los problemas y sí responden las dudas o inquietudes de cliente no muestran un sincero interés debido a que tienen que cumplir con los protocolos que les da la empresa esto se debe a que el personal se encuentra estresado o demasiado saturado con la cantidad de clientes a atender y resuelven los problemas del cliente con poca amabilidad.

Objetivo específico 4: Describir las características de la empatía del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Tabla 4. Características de la empatía del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Confianza y seguridad al cliente: El 100.00% del personal considera que casi siempre trasmite confianza y seguridad al cliente. Estos resultados coinciden con el encontrado por Shinin (2019) en su tesis titulado: *Calidad de los servicios de la empresa lácteos san salvador de la Ciudad De Riobamba-Ecuador Y su impacto en la percepción de los clientes*, quien halló que el 78.5% de los clientes indican que comportamiento de los empleados le transmite confianza; de la misma manera coincide con Escobedo (2019) en su tesis titulado: *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en las mypes del sector comercio rubro establecimientos de abarrotes en el distrito de Corrales, año 2019*, quien establece que el 76% de los clientes indicaron que personal que los atendió transmite confianza. La totalidad de los trabajadores consideran que sí transmiten confianza inseguridad es decir el cliente siente que ellos son transparentes y honestos en todo el proceso de atención al cliente. Transmitir confianza y seguridad al cliente puede hacer que la capacidad de convicción aumente considerablemente, ya que se ganará la confianza mediante una actitud positiva y lenguaje claro.

Capacitado para brindar una atención personalizada: El 100.00% de los trabajadores considera que nunca fue capacitado para brindar una atención personalizada. Estos resultados se contrastan con Armas (2022) en su tesis titulado: *Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la micro empresa, Librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022*, quien aportó que el 55% de los trabajadores consideran están calificados para brindar una atención personalizada al cliente; de la misma manera se contrasta con Escobedo (2019) en su tesis titulado: *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en las mypes del sector comercio rubro establecimientos de abarrotes en el distrito de Corrales, año 2019*, quien establece que el 45% de los clientes indicaron que personal que los atendió si mostraron capacidad para brindar una atención personalizada. La totalidad de los trabajadores indicaron que no se les ha capacitado para brindar una atención personalizada por la tanto puede que no se haya generado un buen posicionamiento de la marca.

Hace sentir a los clientes únicos y especiales: El 66.67% de los trabajadores mencionan que a veces hacen sentir a los clientes únicos y especiales. Estos resultados coinciden con Flores (2020)) en su tesis *Titulado: Calidad de servicio y ventas de las empresas de abarrotes en el distrito de Pillco Marca – 2020*, quien aportó que el 56% de los clientes consideran que cuando han requerido ayuda, ha recibido una atención individualizada; de la misma manera se contrasta

con Escobedo (2019) en su tesis titulado: *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en las mypes del sector comercio rubro establecimientos de abarrotes en el distrito de Corrales, año 2019*, quien establece que el 85% de los clientes indicaron que personal que los atendió si les dieron un trato único y especial. La mayoría de los trabajadores indicaron que solamente hacen sentir único y especiales al cliente debido a la gran cantidad de personas que ingresan al local por ende no existe la posibilidad de dar un trato diferenciado a cada uno de ellos

Atención de necesidades específicas de los clientes: El 100.00% del personal consideran que casi siempre buscan entender las necesidades específicas de los clientes. Estos resultados coinciden con Cruz (2021) en su tesis titulado: *Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en las bodegas atendidas por las distribuidoras de consumo masivo en el canal tradicional de la ciudad de Puno en el año 2021*, quien aportó que el 55% de los clientes indicaron que el personal si atiende a sus necesidades específicas; de la misma manera coinciden con Escobedo (2019) en su tesis titulado: *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en las mypes del sector comercio rubro establecimientos de abarrotes en el distrito de Corrales, año 2019*, quien establece que el 78% de los clientes indicaron que personal que los atendió Si atendieran a todas las necesidades o dudas específicas que solicitaban. La totalidad de los trabajadores indicaron que casi siempre buscan atender las necesidades específicas del cliente es decir el cliente frente a cualquier duda o inquietud el personal busca la forma de aclarar esas dudas en el momento preciso. La identificación de las necesidades del cliente te permite brindar experiencias más positivas, lo que a su vez genera mayor lealtad con la marca. Además, descubrir qué motiva a tus clientes a comprar tu producto o servicio es clave para mejorar la experiencia del cliente.

Amabilidad y cortesía con los clientes: El 100.00% de los trabajadores mencionan que siempre es amable y cortes con los clientes. Estos resultados coinciden con Cruz (2021) en su tesis titulado: *Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en las bodegas atendidas por las distribuidoras de consumo masivo en el canal tradicional de la ciudad de Puno en el año 2021*, quien aportó que el 72% de los clientes consideran que el personal si muestra amabilidad y respeto en la atención; de la misma manera coinciden con Escobedo (2019) en su tesis titulado: *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en las mypes del sector comercio rubro establecimientos de abarrotes en el distrito de Corrales, año 2019*, quien

establece que el 78% de los clientes indicaron que personal que los atendió si muestra amabilidad en todo el proceso de servicio. La totalidad de los trabajadores indicaron que son amables y corteses con el cliente, pero estos contradictorios debido a que no han mostrado un verdadero interés por solucionar el problema sin embargo tratan de ser amables para que el cliente no se vaya con una mala imagen tanto del personal como la empresa.

Objetivo específico 5: Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

RUC: 20600220676

Nombre comercial: INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L.,

Dirección Legal: Jr. Ricardo Palma Nro. 474 Urb. Satipo

2. Misión

Somos una microempresa dedicada a la venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco y deseamos hacer que nuestros clientes se sientan cómodos con el servicio que ofrecemos, de forma que nuestra atención esté puesta en la satisfacción mutua a largo plazo. Somos una empresa honesta y responsable; y con nuestra experiencia y compromiso queremos ganar la confianza de nuestros clientes y proveedores.

3. Visión

Obtener una ventaja competitiva, ofreciendo al mercado una mejora continua en el servicio, productos a un precio justo y diferentes canales de comercialización. Un equipo multidisciplinario de empleados satisfechos, enérgicos, con objetivos claros y con experiencia, conocimientos y habilidades necesarias para colocar a la empresa en la mente de los consumidores.

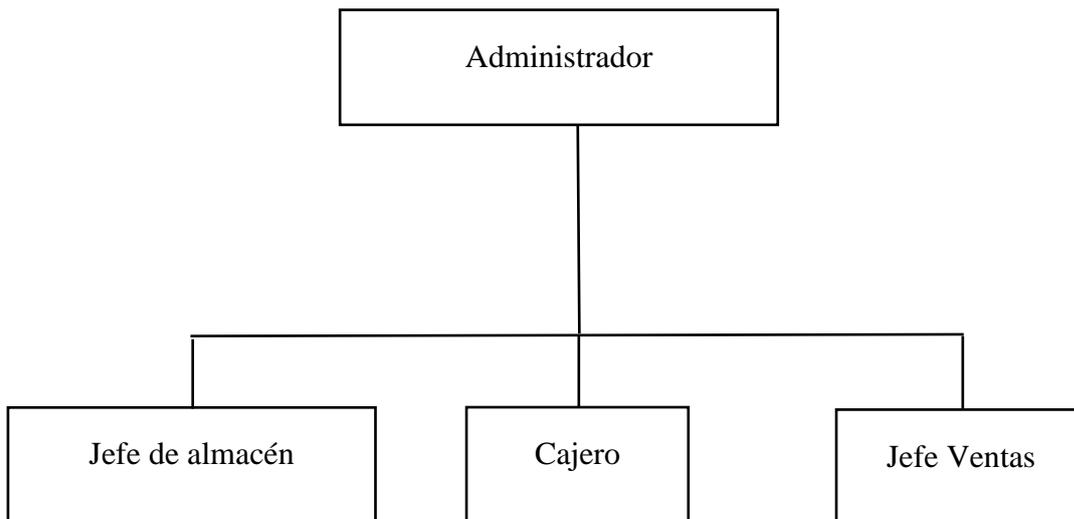
4. Objetivos

- Lograr promover el desarrollo profesional en un 20% a través de capacitaciones y ascensos.
- Lograr mejorar la motivación en un 30% a través de la creación de un plan de incentivos.
- Mejorar la satisfacción del cliente en un 10% a través del uso de cuestionarios y una base de datos de clientes.
- Lograr el posicionamiento y lealtad del consumidor mediante estrategias de calidad de servicio enfocadas a la mejora continua.

5. Productos y/o servicios

Víveres, artículos de limpieza, bebidas alcohólicas y no alcohólicas y toda clase de mercancías de ese tipo

6. Organigrama de la empresa



Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none">• Licenciado en administración• Cursos en Mercadeo• Gestión humana• Finanzas• Operaciones y logística

Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. • Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. • Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. • Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Atender de manera ágil, amable y eficaz las llamadas telefónicas del conmutador. • Recibir la correspondencia, radicarla y entregarla, tanto interna como externa • Atender todas aquellas personas que necesiten información. • Mantener actualizados los documentos legales de la compañía y entregar al personal que lo requiera • Elaborar la nómina y liquidación de seguridad social. • Revisión de la contabilización de los documentos
Cargo	Jefe de logística
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en administración • Capacidad de negociación • Capacidad de comunicación • Conocimientos de gestión de equipos • Manejo del software de control logístico • Conocimiento de la política de control de producción y logística de la empresa
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar la política de distribución, aprovisionamiento y transporte de los materiales necesarios para la producción. • Prever las necesidades de materias primas y componentes. • Elaborar y aplicar sistemas de control de existencias para la planificación de las compras. • Diseñar la organización de los materiales y productos almacenados. • Negociar con proveedores, clientes y empresas de transporte y logística. • Controlar que la mercadería adquirida cumpla los requisitos de calidad y costo.

Cargo	Jefe de ventas
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Superior, técnicos o universitarios (completos o truncos). • Experiencia mínima de 01 año en Ventas Intangibles (Asesor Ventas y Servicios, Vendedor de Campo)
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Generar y/o desarrollar cartera de clientes nuevos individuales. • Cumplir con el modelo de ventas y prospección diaria, efectuando llamadas, agendando citas y visitas a clientes con el objetivo de cumplir la cuota asignada. • Reportar diariamente las ventas nuevas realizadas para el pago de las comisiones respectivas.
Cargo	Cajero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Estudios universitarios o técnicos en administración de empresas o contabilidad • Experiencia mínima 1 año • Atención al cliente • Habilidades numéricas • Facilidad de palabra • Actitud de servicio • Proactivo
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir y darles la bienvenida a los clientes. • Registrar los productos adquiridos diariamente, escaneando el código de barras o ingresando el número de identificación en las cajas registradoras. • Recibir pagos y dar el cambio, además de elaborar y entregar facturas. • Organizar los productos en las bolsas, de ser necesario. • Brindar a los clientes servicios posteriores a la venta en términos de reparaciones, devoluciones o cambio de mercancía. • Dar respuesta a las inquietudes de los clientes brindando asistencia sobre los procedimientos y políticas del establecimiento.

7. Diagnostico general

Análisis FODA	Oportunidades	Amenazas
	<p>O1: Aparición de nuevos programas de capacitación al personal.</p> <p>O2: Mayor incremento de la población de Sapito.</p> <p>O3: Aumento del poder adquisitivo.</p> <p>O4: Posibilidad de buscar financiamiento a menores costos.</p>	<p>A1: Competencia existente.</p> <p>A2: Expectativas más exigentes de los clientes en el sector.</p> <p>A3: Entrada de nuevos competidores.</p>
<p>Fortalezas</p> <p>F1: Variedad de productos.</p> <p>F2: Precios bajos y accesibles.</p> <p>F3: Buena ubicación de la empresa.</p> <p>F4: Personal capacitado.</p>	<p>F – O</p> <p>F4-O1: Planificar e implementar capacitaciones, priorizando al personal de las áreas más urgentes lo cual permita fortalecer su aprendizaje, conocimientos y habilidades.</p> <p>F2-O3: Ofrecer a los clientes diferentes formas de descuentos en todos los productos para aprovechar el aumento del poder adquisitivo y aumentar sus ventas.</p> <p>F3-O3: Aprovechar el incremento de la población Chiclayana como posibles clientes potenciales a través de la buena ubicación de la empresa.</p>	<p>F – A</p> <p>F2-A1: Reestructurar las políticas de precios bajos en los productos perecibles extendiéndolos también a los productos no perecibles para captar y retener a los clientes de la competencia.</p> <p>F1-A2: Aumentar la variedad de productos para satisfacer las expectativas más exigentes de los clientes en el sector.</p> <p>F2-A3: Ofrecer precios bajos y accesibles con el fin de fidelizar a los clientes actuales y potenciales evitando el decrecimiento en la cuota de mercado por la entrada de nuevos competidores</p>
<p>Debilidades</p> <p>D1: Poca publicidad.</p> <p>D2: Carencia de infraestructura adecuada.</p> <p>D3: Falta de un planeamiento estratégico</p>	<p>D – O</p> <p>D1-O4: Invertir en publicidad buscando un financiamiento a menores costos.</p> <p>D2-O4: Aprovechar la posibilidad de un financiamiento a menor costo para invertir en infraestructura.</p> <p>D3-O4: Invertir en la implementación de un plan estratégico aprovechando un financiamiento a menor costo.</p>	<p>D – A</p> <p>D3-A2: Implementar un plan estratégico para neutralizar las expectativas más exigentes de los clientes en el sector.</p> <p>D3-A1: Implementar un plan estratégico para neutralizar la competencia existente.</p> <p>D1-A2: Invertir en publicidad para posicionarse en la mente de los consumidores neutralizando la entrada de nuevos competidores</p>

8. Indicadores de gestión

Indicador	Problema	Causa	Consecuencia
Desarrollo personal	El 100.00% de los trabajadores considera que nunca la empresa promueve el desarrollo personal a través de rotación de puestos.	El personal tiene temor a ocupar otros puestos, debido a que no se sienten con la capacidad de ejecutar otras funciones. A pesar que el personal lleva demasiado tiempo trabajando para la empresa considera que no se está aprovechando al máximo sus capacidades.	Insatisfacción del personal porque existe la posibilidad de que no se sientan valorados o reconocidos por la empresa.
	El 100.00% del personal considera que nunca la empresa busca promover el desarrollo personal a través de capacitaciones	El gerente desconoce de la elaboración de planes o programas de capacitación para mejorar el desarrollo profesional del empleado.	Bajo nivel de productividad No aprovechar al máximo las capacidades y habilidades del personal.
	El 100.00% de los trabajadores mencionan que nunca la empresa busca promover el desarrollo personal a través de ascensos	El gerente desconoce de cómo realizar promociones de ascenso en la empresa.	Puede ocasionar fuga de talentos, es decir el empleado al no sentirse valorado en la empresa puede optar por renunciar y buscar un trabajo con mejores oportunidades laborales.
Condiciones laborales	El 91.67% del personal considera que pocas veces la empresa busca mejorar las condiciones laborales, a través de la flexibilidad en los horarios de trabajo.	Es gerente desconoce de cómo aplicar la flexibilidad horaria a los trabajadores.	Personal agotado es decir con mucho cansancio debido a que las jornadas laborales se vuelven rutinarias.
	El 100.00% de los trabajadores mencionan que la empresa nunca busca mejorar las condiciones laborales, a través de distribución de espacios adecuados en las áreas de trabajo.	Las instalaciones de la empresa son demasiados pequeñas por ende el gerente no logra identificar cómo mejorar los espacios.	Probabilidad de que surcan accidentes en el trabajo. No se permite una circulación adecuada en el centro laboral por ende se puede retrasar la entrega de los productos al cliente.

Rapidez en la atención	El 50.00% de los trabajadores considera que a veces entregan los productos de forma oportuna.	En ocasiones el producto que requiere el cliente no está en almacén por ende tarda mucho en conseguir de hechos productos de otras sucursales. Escaso personal para la atención al cliente en fechas festivas.	Cliente insatisfecho ya que no encuentra el producto deseado en la empresa. Carga laboral ya que el personal puede sentirse estresado por la gran cantidad de clientes que ingresan al establecimiento.
Disposición de ayuda	El 100.00% de los trabajadores consideran que pocas veces muestran un verdadero interés o disposición para ayudar al cliente	Personal muy estresado por la rutina laboral por ende muestran en ocasiones desinterés por ayudar al cliente.	Los clientes pueden generar comentarios negativos hacia el establecimiento.
Atención personalizada	El 100.00% de los trabajadores considera que nunca fue capacitado para brindar una atención personalizada.	El gerente desconoce de los grandes beneficios de brindar una atención personalizada al cliente	No lograr la fidelización y posicionamiento de la marca en el rubro.
	El 66.67% de los trabajadores mencionan que a veces hacen sentir a los clientes únicos y especiales	Personal con poco conocimiento para tratar de una manera única y diferenciada al cliente.	El cliente puede sentir la sensación de que no es valorado por la empresa.

9. Problemas

Problema	Surgimiento del problema
El 100.00% de los trabajadores considera que nunca la empresa promueve el desarrollo personal a través de rotación de puestos.	El personal tiene temor a ocupar otros puestos, debido a que no se sienten con la capacidad de ejecutar otras funciones. A pesar que el personal lleva demasiado tiempo trabajando para la empresa considera que no se está aprovechando al máximo sus capacidades.
El 100.00% del personal considera que nunca la empresa busca promover el desarrollo personal a través de capacitaciones	El gerente desconoce de la elaboración de planes o programas de capacitación para mejorar el desarrollo profesional del empleado.
El 100.00% de los trabajadores mencionan que nunca la empresa busca promover el desarrollo personal a través de ascensos	El gerente desconoce de cómo realizar promociones de ascenso en la empresa.
El 91.67% del personal considera que pocas veces la empresa busca mejorar las condiciones laborales, a través de la flexibilidad en los horarios de trabajo.	Es gerente desconoce de cómo aplicar la flexibilidad horaria a los trabajadores.

El 100.00% de los trabajadores mencionan que la empresa nunca busca mejorar las condiciones laborales, a través de distribución de espacios adecuados en las áreas de trabajo.	Las instalaciones de la empresa son demasiados pequeñas por ende el gerente no logra identificar cómo mejorar los espacios.
El 50.00% de los trabajadores considera que a veces entregan los productos de forma oportuna.	En ocasiones el producto que requiere el cliente no está en almacén por ende tarda mucho en conseguir de hechos productos de otras sucursales. Escaso personal para la atención al cliente en fechas festivas.
El 100.00% de los trabajadores consideran que pocas veces muestran un verdadero interés o disposición para ayudar al cliente	Personal muy estresado por la rutina laboral por ende muestran en ocasiones desinterés por ayudar al cliente.
El 100.00% de los trabajadores considera que nunca fue capacitado para brindar una atención personalizada.	El gerente desconoce de los grandes beneficios de brindar una atención personalizada al cliente
El 66.67% de los trabajadores mencionan que a veces hacen sentir a los clientes únicos y especiales	Personal con poco conocimiento para tratar de una manera única y diferenciada al cliente.

10. Establecer soluciones

Indicador	Problema	Acciones de mejora
Desarrollo personal	El 100.00% de los trabajadores considera que nunca la empresa promueve el desarrollo personal a través de rotación de puestos.	<p>Crear un manual de organizaciones funciones y otorga la información de este documento a todos los trabajadores para que de esta manera reconozcan todos los objetivos y funciones específicas de cada cargo.</p> <p>Es necesario valorar al personal a través de reconocimientos emocionales:</p> <p>a. Público: Premiar, felicitar, recomendar al personal con mayor desempeño frente a los compañeros o equipo de trabajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear un muro de la fama • Realizar entregas de premios en reuniones o ceremonias de fin de año. • Reconocimiento en redes sociales, página web empresarial. <p>b. Privado: Felicitación del jefe en una reunión privada.</p> <p>c. Promoción: Aumento de la responsabilidad en la empresa, acompañado normalmente por una subida del salario, para reforzar la confianza.</p>
	El 100.00% del personal considera que nunca la empresa busca promover el	<p>Crear un programa de capacitación que contenga la siguiente estructura:</p> <p>Alcance de la capacitación: Todos los trabajadores.</p>

	desarrollo personal a través de capacitaciones	<p>o. Objetivo: Mejorar la productividad de la empresa.</p> <p>p. Tema: Plan estratégico, Toma de decisiones.</p> <p>q. Duración: 3 meses.</p> <p>r. Sesiones: 6</p> <p>s. Duración de cada sesión: 1hora</p> <p>t. Modalidad: Presencial.</p> <p>u. Recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Humanos: <p>Lo conforman los participantes, facilitadores y expositores especializados en la materia, como: licenciados en administración, contadores, Psicólogos, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materiales: <p>Infraestructura. Las actividades de capacitación se desarrollarán en ambientes adecuados proporcionados por la gerencia de la empresa.</p> <p>Mobiliario, equipo y otros. Está conformado por carpetas y mesas de trabajo, pizarra, plumones, total folio, equipo multimedia, TV, y ventilación adecuada.</p> <p>Documentos técnicos – educativo. Entre ellos tenemos: certificados, encuestas de evaluación, material de estudio, Etc.</p>
	El 100.00% de los trabajadores mencionan que nunca la empresa busca promover el desarrollo personal a través de ascensos	<p>Promover el ascenso a través de la medición del desempeño del trabajador es decir es necesario evaluar el rendimiento del colaborador para darle una posibilidad de ocupar un cargo más importante.</p> <p>La empresa deberá evaluar el desempeño a través de las siguientes técnicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de 360° • Encuestas de rendimiento de personal.
Condiciones laborales	El 91.67% del personal considera que pocas veces la empresa busca mejorar las condiciones laborales, a través de la flexibilidad en los horarios de trabajo.	Aplicar horarios flexibles fijos – variables, este consiste en que la empresa ofrece diferentes horarios para que los colaboradores elijan cuál se adapta mejor a sus necesidades. Sin embargo, una vez que se elige se convierte en horario obligatorio.
	El 100.00% de los trabajadores mencionan que la empresa nunca busca mejorar las condiciones laborales, a través de distribución de espacios	Debido a que las instalaciones ya tienen un espacio determinado, es decir no existe la posibilidad de ampliar o agrandar los espacios, pero sí se puede reducir el desorden o la acumulación de objetos innecesarios en las áreas de trabajo.

	adecuados en las áreas de trabajo.	<p>Para lograr una mejor distribución se debería aplicar la técnica de las 5S.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paso 1: Clasificar las herramientas de trabajo. • Paso 2: Organizar las herramientas actuales. • Paso 3: Limpiar los espacios de trabajo. • Paso 4: Estandarizar. • Paso 5: Seguir mejorando.
Rapidez en la atención	El 50.00% de los trabajadores considera que a veces entregan los productos de forma oportuna.	<p>Adquirir un sistema de control de inventarios; para lograr controlar los bienes y el stock, registrar los movimientos y hacer un seguimiento de las compras.</p> <p>Contratar a trabajadores eventuales para las fechas festivas así se evitará que exista carga laboral.</p>
Disposición de ayuda	El 100.00% de los trabajadores consideran que pocas veces muestran un verdadero interés o disposición para ayudar al cliente	Realizar reuniones de confraternidad, se puede decir que la reunión brinda la oportunidad a los miembros, de exponer sus ideas y contribuir con sus aportaciones al cumplimiento de las metas de la empresa.
Atención personalizada	El 100.00% de los trabajadores considera que nunca fue capacitado para brindar una atención personalizada.	<p>Capacitar al personal en atención personalizada al cliente.</p> <ul style="list-style-type: none"> v. Objetivo: Mejorar la satisfacción del cliente. w. Tema: Calidad de servicio. x. Duración: 1 mes. y. Sesiones: 2 z. Duración de cada sesión: 2 horas aa. Modalidad: Presencial. bb. Recursos <ul style="list-style-type: none"> • Humanos: Capacitador • Materiales: Proyector, mesas, sillas.
	El 66.67% de los trabajadores mencionan que a veces hacen sentir a los clientes únicos y especiales	<p>Diseñar una base de datos de clientes para personalizar la atención, esta herramienta deberá contener las siguientes características del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edad • Género • Grado de instrucción: • Dirección • Fecha de cumpleaños • Productos que suele consumir • Frecuencia de compra • Formas o métodos de pago

11. Recursos para la implementación de las estrategias

Estrategias	Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
<p>Crear un manual de organizaciones funciones y otorga la información de este documento a todos los trabajadores para que de esta manera reconozcan todos los objetivos y funciones específicas de cada cargo. Es necesario valorar al personal a través de reconocimientos emocionales:</p> <p>a. Público: Premiar, felicitar, recomendar al personal con mayor desempeño frente a los compañeros o equipo de trabajo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear un muro de la fama • Realizar entregas de premios en reuniones o ceremonias de fin de año. • Reconocimiento en redes sociales, página web empresarial. <p>b. Privado: Felicitación del jefe en una reunión privada.</p> <ul style="list-style-type: none"> • c. Promoción: Aumento de la responsabilidad en la empresa, acompañado normalmente por una subida del salario, para reforzar la confianza. 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores, internet, página web.	15 días
<p>Crear un programa de capacitación que contenga la siguiente estructura: Alcance de la capacitación: Todos los trabajadores.</p> <p>cc. Objetivo: Mejorar la productividad de la empresa.</p> <p>dd. Tema: Plan estratégico, Toma de decisiones.</p> <p>ee. Duración: 3 meses.</p> <p>ff. Sesiones: 6</p> <p>gg. Duración de cada sesión: 1hora</p> <p>hh. Modalidad: Presencial.</p> <p>ii. Recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Humanos: <p>Lo conforman los participantes, facilitadores y expositores especializados en la materia, como: licenciados en administración, contadores, Psicólogos, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materiales: 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores, internet,	15 días

<p>Infraestructura. Las actividades de capacitación se desarrollarán en ambientes adecuados proporcionados por la gerencia de la empresa.</p> <p>Mobiliario, equipo y otros. Está conformado por carpetas y mesas de trabajo, pizarra, plumones, total folio, equipo multimedia, TV, y ventilación adecuada.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documentos técnico – educativo. Entre ellos tenemos: certificados, encuestas de evaluación, material de estudio, Etc. 				
<p>Promover el ascenso a través de la medición del desempeño del trabajador es decir es necesario evaluar el rendimiento del colaborador para darle una posibilidad de ocupar un cargo más importante.</p> <p>La empresa deberá evaluar el desempeño a través de las siguientes técnicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de 360° • Encuestas de rendimiento de personal. 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, hola de cálculo Excel, proyectores.	15 días
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar horarios flexibles fijos – variables, este consiste en que la empresa ofrece diferentes horarios para que los colaboradores elijan cuál se adapta mejor a sus necesidades. Sin embargo, una vez que se elige se convierte en horario obligatorio. 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, hola de cálculo Excel	15 días
<p>Debido a que las instalaciones ya tienen un espacio determinado, es decir no existe la posibilidad de ampliar o agrandar los espacios, pero sí se puede reducir el desorden o la acumulación de objetos innecesarios en las áreas de trabajo.</p> <p>Para lograr una mejor distribución se debería aplicar la técnica de las 5S.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paso 1: Clasificar las herramientas de trabajo. • Paso 2: Organizar las herramientas actuales. • Paso 3: Limpiar los espacios de trabajo. • Paso 4: Estandarizar. • Paso 5: Seguir mejorando. 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores, internet.	30 días
<p>Adquirir un sistema de control de inventarios; para lograr controlar los bienes y el stock, registrar los movimientos y hacer un seguimiento de las compras.</p>	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores, sistema de control de inventarios.	30 días

<ul style="list-style-type: none"> • Contratar a trabajadores eventuales para las fechas festivas así se evitará que exista carga laboral. 				
Realizar reuniones de confraternidad, se puede decir que la reunión brinda la oportunidad a los miembros, de exponer sus ideas y contribuir con sus aportaciones al cumplimiento de las metas de la empresa.	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Equipos de sonido, micrófonos, luces.	30 días
<p>Capacitar al personal en atención personalizada al cliente.</p> <p>jj. Objetivo: Mejorar la satisfacción del cliente.</p> <p>kk. Tema: Calidad de servicio.</p> <p>ll. Duración: 1 mes.</p> <p>mm. Sesiones: 2</p> <p>nn. Duración de cada sesión: 2 horas</p> <p>oo. Modalidad: Presencial.</p> <p>pp. Recursos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Humanos: Capacitador • Materiales: Proyector, mesas, sillas. 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, proyectores.	30 días
<p>Diseñar una base de datos de clientes para personalizar la tensión, esta herramienta deberá contener las siguientes características del cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edad • Genero • Grado de instrucción: • Dirección • Fecha de cumpleaños • Productos que suele consumir • Frecuencia de compra • Formas o métodos de pago 	Administrador y colaborador	s/. 2, 000.00	Computadoras, tablero de apuntes.	30 días

	<p>Lo conforman los participantes, facilitadores y expositores especializados en la materia, como: licenciados en administración, contadores, Psicólogos, etc.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Materiales: Infraestructura. Las actividades de capacitación se desarrollarán en ambientes adecuados proporcionados por la gerencia de la empresa. <p>Mobiliario, equipo y otros. Está conformado por carpetas y mesas de trabajo, pizarra, plumones, total folio, equipo multimedia, TV, y ventilación adecuada.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Documentos técnicos – educativo. Entre ellos tenemos: certificados, encuestas de evaluación, material de estudio, Etc. 																			
3	<p>Promover el ascenso a través de la medición del desempeño del trabajador es decir es necesario evaluar el rendimiento del colaborador para darle una posibilidad de ocupar un cargo más importante.</p> <p>La empresa deberá evaluar el desempeño a través de las siguientes técnicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluación de 360° • Encuestas de rendimiento de personal. 	01-03-24	15-03-24																	
4	<p>Aplicar horarios flexibles fijos – variables, este consiste en que la empresa ofrece diferentes horarios para que los colaboradores elijan cuál se adapta mejor a sus necesidades. Sin embargo, una vez que se elige se convierte en horario obligatorio.</p>	15-03-24	30-03-24																	
5	<p>Debido a que las instalaciones ya tienen un espacio determinado, es decir no existe la posibilidad de ampliar o agrandar los espacios, pero sí se puede reducir el desorden o la acumulación de objetos innecesarios en las áreas de trabajo.</p> <p>Para lograr una mejor distribución se debería aplicar la técnica de las 5S.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paso 1: Clasificar las herramientas de trabajo. • Paso 2: Organizar las herramientas actuales. • Paso 3: Limpiar los espacios de trabajo. • Paso 4: Estandarizar. • Paso 5: Seguir mejorando. 	01-04-24	30-04-24																	

VI. CONCLUSIONES

Se estableció una propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, ya que, en un entorno empresarial cada vez más competitivo, encontrar maneras de motivar se ha convertido en un reto para muchos gerentes de las pequeñas empresas, lo cual impide que los colaboradores no se encuentren motivados para mejorar la calidad de servicio al cliente.

Los trabajadores mencionan que casi siempre sienten satisfacción porque consideran que son capaces y competentes en el área de trabajo, personal considera que siempre se sienten satisfechos con la experiencia que han logrado en la empresa para fortalecer sus competencias profesionales, considera que nunca la empresa promueve el desarrollo personal a través de rotación de puestos, considera que nunca la empresa busca promover el desarrollo personal a través de capacitaciones y mencionan que nunca la empresa busca promover el desarrollo personal a través de ascensos.

Los trabajadores considera que siempre la empresa ofrece incentivos económicos ante las metas alcanzadas, siempre los incentivos económicos estuvieron de acuerdo a su esfuerzo y dedicación, siempre la empresa cumple con otorgar los incentivos económicos acordados inicialmente, pocas veces la empresa busca mejorar las condiciones laborales, a través de la flexibilidad en los horarios de trabajo y nunca se busca mejorar las condiciones laborales, a través de distribución de espacios adecuados en las áreas de trabajo.

Los trabajadores consideran que a veces entregan los productos de forma oportuna, consideran que siempre informan de manera rápida y oportuna los productos y servicios disponibles, consideran siempre muestra rapidez para dar solución a los reclamos o quejas del cliente siempre está dispuesto para poder atender las dudas y/o consultas de los clientes y consideran que pocas veces muestran un verdadero interés o disposición para ayudar al cliente.

El personal considera que casi siempre transmite confianza y seguridad al cliente, considera que nunca fue capacitado para brindar una atención personalizada, mencionan que a veces hacen sentir a los clientes únicos y especiales, consideran que casi siempre buscan entender las necesidades específicas de los clientes y mencionan que siempre es amable y cortés con los clientes.

Se elaboró una propuesta de mejora en base a los resultados de la investigación con la finalidad de mejorar la motivación laboral y calidad de servicio; por lo tanto, los problemas a resolver fueron los siguientes: La empresa no promueve el desarrollo personal a través de rotación de puestos, capacitaciones y ascensos, pocas veces la empresa busca mejorar las condiciones laborales, a veces entregan los productos de forma oportuna, pocas veces se muestra un verdadero interés para ayudar al cliente.

VII. RECOMENDACIONES

Seguir realizado estudios de propuesta de mejora para mejorar la motivación laboral para la calidad de servicio en las pequeñas empresas; ya que es de suma importancia que les concedan a los trabajadores de todas las generaciones la posibilidad de progresar profesionalmente, de esta manera las pequeñas empresas podrán contar con la capacidad de ofrecer planes de carrera atractivos, con posibilidad de crecimiento, que les ayuda a adquirir las competencias necesarias para brindar una mayor calidad de servicio al consumidor.

Promover el desarrollo profesional, a través de las posibilidades de ascenso, capacitaciones, de esta manera se puede mejorar la experiencia de los trabajadores, aumentar el compromiso y motivación, pues, además de ayudar a que ellos adquieran nuevas habilidades y conocimientos, les permite progresar en su carrera y contribuir al logro de los objetivos de la organización.

Lograr mejores condiciones laborales, a través de la aplicación de horarios flexibles, mejoramiento de los espacios o distribución del área de trabajo, de esta manera se podrá mejorar la motivación laboral, además de a la productividad, lo cual supone beneficios tanto para los trabajadores como para la organización, ayuda a garantizar que la empresa estará preparada en caso de tener una inspección de trabajo, ya que se cumple con la normativa vigente en cuanto a condiciones laborales.

Adquirir un sistema de control, para conseguir un almacén más organizado, estructurado y coordinado, reducir los costos y tiempo por mantenimiento de inventarios, reconocer de robos, pérdidas y mermas de mercancía, así como el mejoramiento del control de daños y devolución de productos.

Diseñar una base de datos, para obtener y revelar información valiosa sobre los hábitos de consumo, las preferencias y adaptaciones de los clientes, lo que puede impulsar nuevas estrategias de atracción y retención.

Implementar la propuesta de mejora que fue elaborado en base a los resultados de la investigación, de esta manera se propuso: Crear un manual de organizaciones funciones; un plan de desarrollo profesional con el fin de lograr mejorar la motivación; para ello se buscar promover la rotación de puestos; a su vez crear un programa de capacitación; promover el

ascenso a través de la medición del desempeño del trabajador y reducir el desorden o la acumulación de objetos innecesarios en las áreas de trabajo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Arias, G., y Holgado, R. (2022). Metodología de la investigación: El método ARIAS para desarrollar un proyecto de tesis. *Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú*; 2 (1).
<https://editorial.inudi.edu.pe/index.php/editorialinudi/catalog/book/22>
- Armas, D. (2022). *Calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la micro empresa, Librería Laurita, distrito Satipo, Junín, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/30072>
- Cruz, W. (2021). *Impacto de la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en las bodegas atendidas por las distribuidoras de consumo masivo en el canal tradicional de la ciudad de Puno en el año 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Continental].
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/12460/1/IV_FCE_318_TE_Lorenzo_Cruz_2022.pdf
- Calixto, Q. (2021). *Propuesta de mejora de la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas, sector comercio, rubro venta de bebidas: caso empresa cervecería San Juan S.A. – Satipo, 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/31991>
- Camacho (2020). *Cómo mantener la lealtad y confianza de los clientes en tiempos de COVID-19* <https://expansion.mx/opinion/2020/05/04/como-mantener-la-lealtad-y-confianza-de-los-clientes-en-tiempos-de-covid-19>.
- Comexperú. (2022). *Situación del mercado laboral peruano: ¿qué se necesita para mejorarlo?*. <https://www.comexperu.org.pe/articulo/situacion-del-mercado-laboral-peruano-que-se-necesita-para-mejorarlo>
- Cortez (2022) *Todo sobre la satisfacción laboral*. <https://www.geovictoria.com/es-pe/blog/recursos-humanos/satisfaccion-laboral>

- Chauvin (2020). *Empatía: Como Brindar Una Buena Atención Al Cliente*
<https://www.mujeresdeempresa.com/empatia-como-brindar-una-buena-atencion-al-cliente/>
- Crispín (2020). *Calidad del servicio y satisfacción del cliente de los bancos privados.*
<http://revistas.udh.edu.pe/index.php/udh/article/view/212e>
- Chele, G. (2022). *Motivación laboral y productividad en las microempresas del sector comercial del Cantón La Libertad.* [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/7583>
- Díaz (2023). *Satisfacción laboral: algunas consideraciones.*
<https://produccioncientificaluz.org/index.php/rvg/article/view/39394>
- Dávila (2022). *Incentivos laborales y desempeño organizacional en trabajadores de una empresa peruana* http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202022000100576
- Delfín, Y. (2021). *Gestión de la calidad y satisfacción del cliente en la Mype del sector comercio rubro, recreo campestre Las Garzas Satipo 2021.* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/34087>
- Escobedo, W. (2019). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario en las mypes del sector comercio rubro establecimientos de abarrotes en el distrito de Corrales, año 2019.* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote].
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/22133?show=full>
- Flores, W. (2020). *Calidad de servicio y ventas de las empresas de abarrotes en el distrito de Pillco Marca – 2020.* [Tesis de pregrado, Universidad Alas Peruanas].
https://repositorio.uap.edu.pe/jspui/bitstream/20.500.12990/10242/1/Tesis_calidad.Servicio.Ventas_empresas.Abarrotes_distrito%20Pillcomarca_Hu%C3%A1nuco.pdf
- Fortún, M. (2020). *Flexibilidad laboral.*
<https://economipedia.com/definiciones/flexibilidad-laboral.html>

- García, E. (2021). Clima organizacional y motivación laboral como insumos para planes de mejora institucional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26 (94).
<https://www.redalyc.org/journal/290/29069612005/html/>
- Gutiérrez, E. (2021). *Influencia de la motivación laboral en el desempeño de la fuerza de ventas de la empresa Tiendas Pieers Huancayo (Corporación Wama SAC), 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Continental].
<https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/12121>
- Gavilanes, R. (2020). *Propuesta de un sistema de gestión de calidad para mejorar el servicio al cliente en la Empresa Industria Valdez Castro S.A.* [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/53898>
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2023). Estadística de las empresas.
<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/estadisticas-de-las-empresas/>
- Jejen (2021). *La importancia de la calidad y el servicio*.
<https://eduneuro.com/revista/index.php/revistaneuronum/article/view/335>
- Jauregui, D. (2019). *Metodología de la Investigación*.
<https://www.studocu.com/pe/document/universidad-peruana-de-ciencias-aplicadas/investigacion-de-mercados/trabajo-de-investigacion/68108330>
- Luzberli, E. (2020). *Relación de la motivación en el desempeño laboral de los colaboradores de una empresa distribuidora de abarrotes – Jaén*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo].
<https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/2656>
- López, P. (2023). *El Modelo Servqual para medir el nivel de la calidad de los servicios que brinda la Empresa Quala Ecuador S.A cantón Ambato*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato].
<https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/37544>
- Larrea (2019). *La motivación laboral: ¿Qué es y cómo implementarla?*.
<https://es.linkedin.com/pulse/la-motivaci%C3%B3n-laboral-qu%C3%A9-es-y-c%C3%B3mo-implementarla-izaskun-larrea>

- Miranda, E. (2021). *Motivación laboral en las micro y pequeñas empresas rubro ferretería: caso Cofahua SAC, distrito San Juan Bautista, Ayacucho 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/32324>
- Ministerio de Industria Comercio y Truismo. (2022). *La importancia de la pequeña y mediana empresa en España*. <https://www.randstad.es/contenidos360/bienestar-laboral/la-importancia-de-la-pequena-y-mediana-empresa-en-espana/>
- Marion (2022). *Percepción de la calidad de servicio y satisfacción del consumidor en la cámara de comercio de Guayaquil*. <https://revistas.ecotec.edu.ec/index.php/rnv/article/view/677>
- Mirabal, (2021). *Calidad de Servicio*. <https://revistas.uclave.org/index.php/Compendium/article/view/3859>
- Merino, R. (2021). *Propuesta de mejora en atención al cliente, como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio, rubro ferretería, del distrito de Satipo, Junin 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_70f88af60ffb96f1ba9c359d9d20f7c7
- Ortiz, U. (2021). *La motivación y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Fairis C.A., de la ciudad de Ambato*. [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/33501>
- Orellana, P. (2019). *Motivación laboral*. <https://economipedia.com/definiciones/motivacion-laboral.html>
- Ordoñez, E. (2019). Calidad en el servicio como herramienta de planificación en las empresas del sector terciario. *Revista de Ciencias Sociales*, 25 (2). <https://www.redalyc.org/journal/280/28059953007/28059953007.pdf>
- Ojeda, R. (2022). *Más de 135,000 pymes cerraron en Perú en los dos últimos años*. <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Mas-de-135000-pymes-cerraron-en-Peru-en-los-dos-ultimos-anos-20220613-0134.html>

- Peña Rivas, H. C., & Villón Perero, S. G. (2019). Motivación Laboral. Elemento Fundamental en el Éxito Organizacional. *Revista Cientific*, 3(7), 177–192. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.7.9.177-192>
- Pizarro (2019). *Motivación, satisfacción laboral y estado de flow en los trabajadores de la salud* <https://www.redalyc.org/journal/290/29060499013/html/>
- Peiró, E. (2021). *Desarrollo personal*. <https://economipedia.com/definiciones/desarrollo-personal.html>
- Prado, A. (2020). *Impacto de la motivación en el desempeño laboral de los trabajadores del Gobierno Regional de Junín 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Estatal Península de Santa Elena]. <https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/8685>
- Pérez, A. (2022). *La motivación laboral y la gestión administrativa en una municipalidad provincial, región Junín, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Cesar Vallejo]. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/94887>
- Rocha, F. R. V., Curiel, J. de E., & Cunha, L. R. M. (2020). La relación entre la confianza y el compromiso y sus efectos en la lealtad de marca. *Revista De Métodos Cuantitativos Para La Economía Y La Empresa*, 29, 131–151. <https://doi.org/10.46661/revmetodoscuanteconempresa.3839>
- Reglamento de integridad científica en la investigación Versión 001. (2023). *Aprobado por el consejo universitario con resolución N° 0304-2023-CU-ULADECH Católica, de fecha 31 de marzo de 2023*. https://es.slideshare.net/PilarFernndezRodrigu1/reglamento-de-integridad-cientifica-en-la-investigacionpdf?from_action=save
- Riascos, P. (2023). *¿Es la amabilidad sinónimo de buen servicio?*. <https://gerente.com/co/es-la-amabilidad-sinonimo-de-buen-servicio/>
- Ribera, F. (2020). La calidad de servicio de las empresas prestadoras de servicio y la satisfacción en los usuarios, en el distrito de Tambopata. *Revista de investigaciones empresariales*, 1 (2). <http://revistas.unap.edu.pe/journal/index.php/ric/article/view/415>

- Salerno, R. (2022). *Evolución de las pymes en argentina y su impacto en el empleo*.
https://ucema.edu.ar/sites/default/files/2022-08/IndicadoresCDPymes_07-2022.pdf
- Shinin, R. (2019). *Calidad de los servicios de la empresa lácteos san salvador de la Ciudad De Riobamba-Ecuador Y su impacto en la percepción de los clientes*. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional de Chimborazo].
<http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/6272>
- Torres, R., y Ramírez, T. (2020). *La motivación y satisfacción laboral en relación con el desempeño en la industria alimenticia del Cantón la Troncal*. [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil]. <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/57682>
- Vidal, (2021). *Condiciones laborales y equipos de protección personal contra el Covid-19 en personal de salud, Lima-Perú*
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2308-05312021000200335

ANEXOS

Anexo 01 Matriz de consistencia

TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema general: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023?</p> <p>Problemas específicos: ¿Cuáles son las características de la motivación intrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023? ¿Cuáles son las características de la motivación extrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023? ¿Cuáles son las características de la capacidad de respuesta del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023? ¿Cuáles son las características de la empatía del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023? ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023?</p>	<p>Objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.</p> <p>Objetivos específicos: Describir las características de la motivación intrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023. Determinar las características de la motivación extrínseca en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023. Definir las características de la capacidad de respuesta del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023. Describir las características de la empatía del personal en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023. Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023</p>	<p>En el estudio, no se planteó una hipótesis por ser de nivel descriptivo. Concordando con Arias y Holgado (2022), quien afirma en que en un trabajo descriptivo no se considera hipótesis, debido a que una investigación descriptiva es aquella que busca el qué del objeto de estudio, más que el por qué. Como su nombre lo indica, busca describir y explicar lo que se investiga, pero no dar las razones por las cuales eso tiene lugar.</p>	<p>Variable 1: Motivación laboral Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Motivación intrínseca • Motivación extrínseca. <p>Variable 2: Calidad de servicio Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de respuesta. • Empatía 	<p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo- de propuesta</p> <p>Diseño: No experimental, transversal</p> <p>Población y muestra:</p> <p>Población: 12 trabajadores</p> <p>Muestra: 12 trabajadores</p> <p>Técnica e instrumento:</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo 02. Instrumento de recolección de Información



INSTRUCCIONES: A continuación, le presentamos las preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcar con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo a las siguientes alternativas.

Respecto a la variable: Motivación laboral

Escala:

Siempre	: 5
Casi siempre	: 4
A veces	: 3
Pocas veces	: 2
Nunca	: 1

Dimensión 1: Motivación intrínseca (Satisfacción personal; Desarrollo personal)	1	2	3	4	5
1. Siente satisfacción porque se siente capaz y competente en su área de trabajo					
2. Siente satisfacción porque la experiencia que obtiene en la empresa fortalece sus competencias profesionales					
3. La empresa busca promover el desarrollo personal a través de rotación de puestos					
4. La empresa busca promover el desarrollo personal a través de capacitaciones					
5. La empresa busca promover el desarrollo personal a través de ascensos					
Dimensión 2: Motivación extrínseca (Incentivos económicos; Condiciones laborales)					
6. La empresa ofrece incentivos económicos ante las metas alcanzadas.					
7. Considera que los incentivos económicos recibidos estuvieron de acuerdo a su esfuerzo y dedicación.					
8. La empresa cumple con otorgar los incentivos económicos acordados inicialmente.					
9. La empresa busca mejorar las condiciones laborales, a través de la flexibilidad en los horarios de trabajo					
10. La empresa busca mejorar las condiciones laborales, a través de distribución de espacios adecuados en las áreas de trabajo					

Respecto a la variable: Calidad de servicio

Escala:

- Siempre : 5
- Casi siempre : 4
- A veces : 3
- Pocas veces : 2
- Nunca : 1

Dimensión 1: Capacidad de respuesta (Rapidez en la atención; Disposición de ayuda)	1	2	3	4	5
11. Muestra rapidez en la atención debido a que hace entrega de los productos de forma oportuna.					
12. Usted considera informada de manera rápida y oportuna los productos y servicios disponibles.					
13. Usted muestra rapidez para dar solución a los reclamos o quejas del cliente.					
14. Presento disposición para atender las dudas y/o consultas de los clientes					
15. Muestra un verdadero interés o disposición para ayudar al cliente					
Dimensión 2: Empatía (Confianza al cliente; atención personalizada, amabilidad).					
16. Considera que trasmite confianza y seguridad al cliente					
17. Usted fue capacitado para brindar una atención personalizada.					
18. Para brindar una atención personalizada hace sentir a los clientes únicos y especiales					
19. Para brindar una atención personalizada busca entender las necesidades específicas de los clientes					
20. Considera que es amable y cortés con los clientes					

Anexo 03. Validez del instrumento

Ficha de identificación del Experto para proceso de validación	
Nombres y Apellidos: Uribe Cornelio Guido N° DNI: 70117561	
Edad: 42 Teléfono / Celular: 912 937 055 Email:	
Título profesional: Administración. Grado Académico: Maestría <input checked="" type="checkbox"/> Doctorado <input type="checkbox"/> Especialidad: Gestión pública Institución que labora: Unidad de Gestión Educativa Local de Aija	
Identificación del proyecto de Investigación o Tesis Título: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023. Autor(es): SURICHAQUI QUISPE, JOAN SMITH	
Programa Académico: Administración	
 Firma	 Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Uribe Cornelio Guido

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: SURICHAQUI QUISPE, JOAN SMITH Estudiante del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula “PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de identificación de Experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

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

Atentamente



SURICHAQUI QUISPE, JOAN SMITH
DNI: 74068333

Formato de Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023								
	VARIABLE 1: Motivación laboral	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Motivación intrínseca (Satisfacción personal; Desarrollo personal)	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	Siente satisfacción porque se siente capaz y competente en su área de trabajo	x		x		x		
2	Siente satisfacción porque la experiencia que obtiene en la empresa fortalece sus competencias profesionales	x		x		x		
3	La empresa busca promover el desarrollo personal a través de rotación de puestos	x		x		x		
4	La empresa busca promover el desarrollo personal a través de capacitaciones	x		x		x		
5	La empresa busca promover el desarrollo personal a través de ascensos	x		x		x		
	Dimensión 2: Motivación extrínseca (Incentivos económicos; Condiciones laborales)							
1	La empresa ofrece incentivos económicos ante las metas alcanzadas.	x		x		x		
2	Considera que los incentivos económicos recibidos estuvieron de acuerdo a su esfuerzo y dedicación.	x		x		x		

3	La empresa cumple con otorgar los incentivos económicos acordados inicialmente.	x		x		x		
4	La empresa busca mejorar las condiciones laborales, a través de la flexibilidad en los horarios de trabajo	x		x		x		
5	La empresa busca mejorar las condiciones laborales, a través de distribución de espacios adecuados en las áreas de trabajo	x		x		x		
	Variable 2: Calidad de servicio							
	Dimensión 1: Capacidad de respuesta (Rapidez en la atención; Disposición de ayuda)							
1	Muestra rapidez en la atención debido a que hace entrega de los productos de forma oportuna.	x		x		x		
2	Usted considera informa de manera rápida y oportuna los productos y servicios disponibles.	x		x		x		
3	Usted muestra rapidez para dar solución a los reclamos o quejas del cliente.	x		x		x		
4	Presento disposición para atender las dudas y/o consultas de los clientes	x		x		x		
5	Muestra un verdadero interés o disposición para ayudar al cliente	x		x		x		
	Dimensión 2: Empatía (Confianza al cliente; atención personalizada, amabilidad).							
1	Considera que trasmite confianza y seguridad al cliente	x		x		x		

2	Usted fue capacitado para brindar una atención personalizada.	x		x		x		
3	Para brindar una atención personalizada hace sentir a los clientes únicos y especiales	x		x		x		
4	Para brindar una atención personalizada busca entender las necesidades específicas de los clientes	x		x		x		
5	Considera que es amable y cortés con los clientes	x		x		x		

Recomendaciones:

.....
 ...

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

Nombres y Apellidos del experto: Dr. / Mg. Uribe Cornelio Guido Elmer

DNI: 70117561



MINISTERIO DE EDUCACIÓN
 DIRECCIÓN ADMINISTRATIVA
 UGEL - AIJA
 Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio
 Director del Sistema Administrativo II
 Área de Gestión Administrativa
 UGEL - AIJA

Firma



Ficha de identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:

Ivonee Feli Avila Crespín

N° DNI: 46211751

Edad: 35

Teléfono / Celular: 981 587 705 **Email:** -----

Título profesional: Administración .

Grado Académico: Maestría x Doctorado

Especialidad:

Gestión pública

Institución que labora:

Universidad Unamba

Identificación del proyecto de Investigación o Tesis

Título:

PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023.

Autor(es):

SURICHAQUI QUISPE, JOAN SMITH

Programa Académico:

Administración

 Firma Avila Crespín Ivonne Feli DNI N° 46211751	
Firma	Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Avila Crespín Ivonee Feli

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: SURICHAQUI QUISPE, JOAN SMITH Estudiante del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula “PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de identificación de Experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

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

Atentamente



SURICHAQUI QUISPE, JOAN SMITH
DNI: 74068333

Formato de Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023								
	VARIABLE 1: Motivación laboral	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Motivación intrínseca (Satisfacción personal; Desarrollo personal)	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	Siente satisfacción porque se siente capaz y competente en su área de trabajo	x		x		x		
2	Siente satisfacción porque la experiencia que obtiene en la empresa fortalece sus competencias profesionales	x		x		x		
3	La empresa busca promover el desarrollo personal a través de rotación de puestos	x		x		x		
4	La empresa busca promover el desarrollo personal a través de capacitaciones	x		x		x		
5	La empresa busca promover el desarrollo personal a través de ascensos	x		x		x		
	Dimensión 2: Motivación extrínseca (Incentivos económicos; Condiciones laborales)							
1	La empresa ofrece incentivos económicos ante las metas alcanzadas.	x		x		x		
2	Considera que los incentivos económicos recibidos estuvieron de acuerdo a su esfuerzo y dedicación.	x		x		x		

3	La empresa cumple con otorgar los incentivos económicos acordados inicialmente.	x		x		x		
4	La empresa busca mejorar las condiciones laborales, a través de la flexibilidad en los horarios de trabajo	x		x		x		
5	La empresa busca mejorar las condiciones laborales, a través de distribución de espacios adecuados en las áreas de trabajo	x		x		x		
	Variable 2: Calidad de servicio							
	Dimensión 1: Capacidad de respuesta (Rapidez en la atención; Disposición de ayuda)							
1	Muestra rapidez en la atención debido a que hace entrega de los productos de forma oportuna.	x		x		x		
2	Usted considera informa de manera rápida y oportuna los productos y servicios disponibles.	x		x		x		
3	Usted muestra rapidez para dar solución a los reclamos o quejas del cliente.	x		x		x		
4	Presento disposición para atender las dudas y/o consultas de los clientes	x		x		x		
5	Muestra un verdadero interés o disposición para ayudar al cliente	x		x		x		
	Dimensión 2: Empatía (Confianza al cliente; atención personalizada, amabilidad).							
1	Considera que trasmite confianza y seguridad al cliente	x		x		x		

2	Usted fue capacitado para brindar una atención personalizada.	x		x		x		
3	Para brindar una atención personalizada hace sentir a los clientes únicos y especiales	x		x		x		
4	Para brindar una atención personalizada busca entender las necesidades específicas de los clientes	x		x		x		
5	Considera que es amable y cortés con los clientes	x		x		x		

Recomendaciones:

.....
 ...

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

Nombres y Apellidos del experto: Dr. / Mg. Avila Crespín Ivonee Feli

DNI: 46211751


 Firma
 Avila Crespín Ivonne Feli
 DNI N° 46211751



Ficha de identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:

Álvarez Gallegos Aurelio Francisco

N° DNI: 29571960

Edad: 51

Teléfono / Celular: 901 208 403 Email: alvarez aurelio958@gmail.com

Título profesional: Administración.

Grado Académico: Maestría _____ Doctorado

Especialidad:

Gestión pública

Institución que labora:

Unidad de Gestión Educativa Local de Aija

Identificación del proyecto de Investigación o Tesis**Título:**

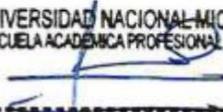
PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023.

Autor(es):

SURICHAQUI QUISPE, JOAN SMITH

Programa Académico:

Administración

 UNIVERSIDAD NACIONAL MICAELA BASTIDAS
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN


Dr. Aurelio F. Alvarez Gallegos
DNI: 29571960
DOCENTE

Firma



Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Álvarez Gallegos Aurelio Francisco

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: SURICHAQUI QUISPE, JOAN SMITH Estudiante del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula “PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de identificación de Experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

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

Atentamente



SURICHAQUI QUISPE, JOAN SMITH
DNI: 74068333

Formato de Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023								
	VARIABLE 1: Motivación laboral	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Motivación intrínseca (Satisfacción personal; Desarrollo personal)	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	Siente satisfacción porque se siente capaz y competente en su área de trabajo	x		x		x		
2	Siente satisfacción porque la experiencia que obtiene en la empresa fortalece sus competencias profesionales	x		x		x		
3	La empresa busca promover el desarrollo personal a través de rotación de puestos	x		x		x		
4	La empresa busca promover el desarrollo personal a través de capacitaciones	x		x		x		
5	La empresa busca promover el desarrollo personal a través de ascensos	x		x		x		
	Dimensión 2: Motivación extrínseca (Incentivos económicos; Condiciones laborales)							
1	La empresa ofrece incentivos económicos ante las metas alcanzadas.	x		x		x		
2	Considera que los incentivos económicos recibidos estuvieron de acuerdo a su esfuerzo y dedicación.	x		x		x		

3	La empresa cumple con otorgar los incentivos económicos acordados inicialmente.	x		x		x		
4	La empresa busca mejorar las condiciones laborales, a través de la flexibilidad en los horarios de trabajo	x		x		x		
5	La empresa busca mejorar las condiciones laborales, a través de distribución de espacios adecuados en las áreas de trabajo	x		x		x		
	Variable 2: Calidad de servicio							
	Dimensión 1: Capacidad de respuesta (Rapidez en la atención; Disposición de ayuda)							
1	Muestra rapidez en la atención debido a que hace entrega de los productos de forma oportuna.	x		x		x		
2	Usted considera informa de manera rápida y oportuna los productos y servicios disponibles.	x		x		x		
3	Usted muestra rapidez para dar solución a los reclamos o quejas del cliente.	x		x		x		
4	Presento disposición para atender las dudas y/o consultas de los clientes	x		x		x		
5	Muestra un verdadero interés o disposición para ayudar al cliente	x		x		x		
	Dimensión 2: Empatía (Confianza al cliente; atención personalizada, amabilidad).							
1	Considera que trasmite confianza y seguridad al cliente	x		x		x		
2	Usted fue capacitado para brindar una	x		x		x		

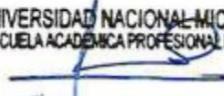
	atención personalizada.						
3	Para brindar una atención personalizada hace sentir a los clientes únicos y especiales	x		x		x	
4	Para brindar una atención personalizada busca entender las necesidades específicas de los clientes	x		x		x	
5	Considera que es amable y cortés con los clientes	x		x		x	

Recomendaciones:

.....
 ...

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

Nombres y Apellidos del experto: Dr. Álvarez Gallegos Aurelio Francisco DNI: 29571960


 UNIVERSIDAD NACIONAL MICHAELA BASTIDAS
 ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN


Dr. Aurelio F. Alvarez Gallegos
 DNI: 29571960
 DOCENTE



Anexo 04. Confiabilidad del instrumento

PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023

No	MOTIVACIÓN LABORAL										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	1	1	2	4	5	2	4	5	2	4	30
4	1	1	4	2	5	4	2	5	4	2	30
5	1	1	2	4	5	2	4	5	2	4	30
6	1	1	4	2	5	4	2	5	4	2	30
7	1	1	2	4	5	2	4	5	2	4	30
8	1	1	4	2	5	4	2	5	4	2	30
9	1	1	4	2	5	4	2	5	4	2	30
10	1	1	4	2	5	4	2	5	4	2	30
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

Escala valorativa	Codigo
Siempre	5
Casi siempre	4
A veces	3
Pocas veces	2
Nunca	1

VARIANZA POBLACIONAL	3.56	3.56	1.31	1.75	0.00	1.31	1.75	0.00	1.31	1.75	88.89
----------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------

$K = 10$ item
 $K/(K-1) = 1.111$
 $\sum_{i=1}^k s_i^2 = 16.28$
 $S_t^2 = 88.89$
ALFA = 0.908

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Se concluye que el rango de confiabilidad es de 0.908 de excelente confiabilidad para la variable motivación laboral de acuerdo al alfa de Cronbach.

No	CALIDAD DE SERVICIO										TOTAL
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
5	5	5	5	3	3	5	5	3	1	1	36
6	4	4	4	3	3	4	4	3	2	1	32
7	5	5	5	3	3	5	5	3	1	1	36
8	4	4	4	3	3	4	4	3	2	1	32
9	4	4	4	3	3	4	4	3	2	1	32
10	4	4	4	3	3	4	4	3	2	1	32
11	4	4	4	3	3	4	4	3	2	1	32
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

Escala valorativa	Codigo
Siempre	5
Casi siempre	4
A veces	3
Pocas veces	2
Nunca	1

VARIANZA POBLACIONAL	0.24	0.24	0.25	0.85	0.85	0.25	0.25	0.85	2.50	3.58	62.75
----------------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------

$K = 10$ item
 $K/(K-1) = 1.111$
 $\sum_{i=1}^k s_i^2 = 9.88$
 $S_t^2 = 62.75$
ALFA = 0.936

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Se concluye que el rango de confiabilidad es de 0.936 de excelente confiabilidad para la variable calidad de servicio de acuerdo al alfa de Cronbach.

Anexo 05. Formato de consentimiento informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (CIENCIAS SOCIALES)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Y es dirigido por Surichaqui Quispe, Joan Smith, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Establecer una propuesta de mejora de la motivación laboral para la calidad de servicio en la pequeña empresa de venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco, Inversiones Inga & Victorio E.I.R.L., Provincia de Satipo, 2023.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 7 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios de comunicación de la Universidad. Si desea, también podrá escribir al correo joan.124.pkm@gmail.com, para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre:

Fecha:

Correo electrónico:

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información



**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
COORDINACIÓN DE GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”

Chimbote 23 de noviembre 2023

CARTA N° 00152-2023-2023-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA

Señor/a:

Sra. JACINTA IRMA, VICTORIO HUARACA

INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L - SATIPO

Presente:

A través del presente, reciba el cordial saludo en nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, a la vez solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023 que involucra la recolección de información/datos en TRABAJADORES, a cargo del investigador JOAN SMITH SURICHAQUI QUISPE , con DNI N° 74068333, cuyo asesor es el/la docente ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA.

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

Es propicia la oportunidad, para reiterarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente.


Dr. Willy Valle Salvatierra
Coordinador de Gestión de Investigación

Anexo 07. Evidencias de ejecución

DECLARACIÓN JURADA

Yo, JOAN SMITH SURICHAQUI QUISPE, identificado (a) con DNI: 74068333, con domicilio real: Pasaje Olaya s/n del distrito de Satipo provincia de Satipo departamento de Junín.

DECLARO BAJO JURAMENTO

En mi condición de (estudiante/bachiller) de administración con código de estudiante: 3011161005 de la Escuela Profesional de Administración. Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2023-1:

1. Que los datos consignados en la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA PEQUEÑA EMPRESA DE VENTA AL POR MAYOR DE ALIMENTOS, BEBIDAS Y TABACO, INVERSIONES INGA & VICTORIO E.I.R.L., PROVINCIA DE SATIPO, 2023.

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

Chimbote, 18 de diciembre del 2023



Handwritten signature in blue ink, reading "Joan S. Surichacqui Quispe".

Firma del estudiante/bachiller

DNI: 74068333



Huella Digital