



UNIVERSIDAD
PRIVADA
DEL NORTE

ESCUELA DE POSTGRADO Y ESTUDIOS CONTINUOS

MOTIVACIÓN LABORAL Y CALIDAD DEL
SERVICIO EN UN RESTAURANTE DE SANTA
CLARA - ATE VITARTE 2018.

Tesis para optar el grado **MAESTRO** en:

DIRECCIÓN Y GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

Autora:

Bach. Baca Ardiles Cinthia Anais

Asesor:

Mg. Juan Carlos Ganoza Aleman

Lima – Perú

2020

RESUMEN

Este trabajo investigativo, presentó como objetivo el determinar la relación que existe entre la motivación laboral y la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.

Fue de enfoque cuantitativo, de tipo básica, nivel descriptivo-correlacional, con un diseño no experimental, de corte transversal. Con respecto a la población, esta estuvo conformada por 52 trabajadores (entre meseros y azafatas) y 63 clientes que asisten diariamente, en promedio, al restaurante. En el caso de los clientes, se utilizó una muestra probabilística que determinó en 63 el número de clientes a encuestar, para ambos casos, se usó la encuesta como técnica y como instrumentos, se elaboraron dos cuestionarios; el primero respecto a la motivación laboral con 32 preguntas y el segundo en referencia a la calidad del servicio con 16 preguntas. Ambos instrumentos fueron validados a través del juicio de expertos, para lo cual se contó con la participación de 3 doctores en Administración, especialistas en gestión del talento humano y docentes de las principales universidades del país. El proceso de confiabilidad fue mediante la aplicación de una prueba piloto, obteniendo un resultado favorable en cuanto a su aplicabilidad. La confiabilidad, se hizo mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach, cuyos valores fueron de 0.823 y 0.818 respectivamente.

Los resultados obtenidos fueron analizados estadísticamente a través de los programas EXCEL e IBM SPSS-Statistics versión 23.

Los resultados demuestran que existe relación directa en el nivel correlación alta entre la motivación laboral y la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.

Palabras clave: Expectativas del trabajador, condiciones laborales, reconocimiento laboral, empatía, calidad de respuesta, fiabilidad y elementos tangibles.

ABSTRACT

This investigative work presented the objective of determining the relationship between work motivation and the quality of service in a restaurant in Santa Clara - Ate Vitarte, 2018.

It was a quantitative approach, applied type, descriptive-correlational level, with a non-experimental, cross-sectional design. Regarding the population, it was made up of 52 workers (between waiters and hostesses) and 63 customers who attend the restaurant on average daily. In the case of clients, a probabilistic sample was used that determined the number of clients to be surveyed in 63, for both cases, the survey was used as a technique and as instruments, two questionnaires were elaborated, the first regarding work motivation with 32 questions, and the second in reference to the quality of the service with 16 questions. Both instruments were validated through the judgment of experts, for which there was the participation of 3 doctors in Administration, specialists in Human Talent Management and teachers, in the main universities of the country. The reliability process was through the application of a pilot test, obtaining a favorable result in terms of its applicability and reliability, through Cronbach's Alpha coefficient, whose values were 0.823 and 0.818 respectively.

The results obtained were statistically analyzed using the EXCEL and IBM SPSS-Statistics version 23 programs.

The results show that there is a direct relationship in the high correlation level between work motivation and quality of service in a restaurant in Santa Clara - Ate Vitarte, 2018.

Keywords: Worker expectations, working conditions, job recognition, empathy, quality of response, reliability and tangible elements.

DEDICATORIA

Dedico el esfuerzo y resultado de esta investigación a Dios, a mis padres Jorge y Olinda, mis mayores ejemplos de vida que fomentaron en casa siempre el cariño al estudio. A mis hermanos Luis y Rosita, por su gran amor de siempre y a mi esposo Danny, mi principal motivación y alegría de mi corazón.

AGRADECIMIENTO

A mi asesor, profesor Juan Ganoza, por su valioso apoyo y orientación en esta investigación. Al profesor William Cruzado, por su continuo soporte como coordinador de EPEC de UPN sede Los Olivos.

Tabla de contenidos

Páginas Preliminares	Páginas
Resumen	i
Abstract	ii
Dedicatoria y agradecimiento.....	iii
Tabla de contenidos	iv
Índice de tablas	vi
Índice de figuras	vii
I. INTRODUCCIÓN.	09
I.1 Realidad problemática	09
I.2 Pregunta de investigación.....	11
I.3 Objetivos de la investigación.....	11
I.4 Justificación de la investigación	11
I.5 Alcance de la investigación.....	12
II. MARCO TEÓRICO	13
II.1 Antecedentes	13
II.2 Definición de variables	20
II.3 Bases teóricas.....	21
III HIPÓTESIS.	34
III.1 Declaración de hipótesis	34
III.2 Operacionalización de variables	34
IV. DESCRIPCIÓN Y MÉTODO DE ANÁLISIS.....	40
IV.1 Tipo de investigación	40
IV.2 Diseño de investigación.....	40
IV.3 Nivel de investigación	40
IV.4 Tipo de enfoque	41
IV.5 Método de investigación	41
IV.6 Estrategia en prueba de hipótesis	41
IV.7 Población y muestra	42
IV.8 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	43
IV.9 Método de análisis de datos	45
IV.10 Aspectos éticos.....	46
V. RESULTADOS	47

V.1 Análisis descriptivo por dimensiones.....	47
V.2 Prueba de hipótesis	53
VI. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	58
VI.1 Discusión	58
VI.2 Conclusiones	61
VI.3 Recomendaciones	62
Lista de Referencias	64
Apéndice	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tablas	Páginas
Tabla 01 Resultado de la validación de instrumentos.....	44
Tabla 02 Alfa de Cronbach para el cuestionario	45
Tabla 03 Alfa de Cronbach para el cuestionario	45
Tabla 04 Dimensión: Expectativas del trabajador.....	47
Tabla 05 Dimensión: Condiciones laborales.....	48
Tabla 06 Dimensión: Reconocimiento laboral.....	49
Tabla 07 Dimensión: Elementos tangibles.....	50
Tabla 08 Dimensión: Fiabilidad	51
Tabla 09 Dimensión: Capacidad de respuesta	52
Tabla 10 Dimensión: Empatía	53
Tabla 11 Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman.....	54
Tabla 12 Correlación motivación laboral y calidad del servicio	54
Tabla 13 Correlación expectativas y calidad del servicio	55
Tabla 14 Correlación condiciones laborales y calidad del servicio.....	56
Tabla 15 Correlación reconocimiento laboral y calidad del servicio	57

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 01 Pirámide de las necesidades de Maslow.....	24
Figura 02 Factores motivacionales y factores higiénicos	25
Figura 03 Factores motivacionales	27
Figura 04 Modelo de evaluación de calidad del servicio	29
Figura 05 Dimensiones de la calidad del servicio	30
Figura 06 Círculo de la calidad de Deming	31
Figura 07 Diagrama de la trilogía de Juran.....	32
Figura 08 Dimensión: Expectativas del trabajador.....	47
Figura 09 Dimensión: Condiciones laborales.....	48
Figura 10 Dimensión: Reconocimiento laboral	49
Figura 11 Dimensión: Elementos tangibles.....	50
Figura 12 Dimensión: Fiabilidad.....	51
Figura 13 Dimensión: Capacidad de respuesta.....	52
Figura 14 Dimensión: Empatía.....	54

I. INTRODUCCIÓN

I.1. Realidad problemática

En el transcurso del último año, la oferta gastronómica en nuestro país ha crecido con bastante éxito, es así que el ticket promedio de ventas en los principales restaurantes de nuestro país, que brindan servicios de alimentos y bebidas, creció 4.49% con respecto al año anterior, según datos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

Actualmente podemos encontrar un vasto número de restaurantes en Lima y sus alrededores capaces de ofrecer una gran variedad de platos típicos y representativos del país.

Los precios se encuentran acorde con la calidad de los insumos utilizados en su preparación, la ubicación y la marca de los establecimientos de restauración.

Los estándares de servicio dentro de un restaurante se miden en relación a cuan satisfechos están los comensales, el índice de recomendación de los mismos y el número de veces que se visita el establecimiento; debido a estas razones sumamente importantes, darles a los consumidores una buena experiencia, brindándoles excelencia en la calidad del servicio, permitirá tener nuevos clientes y la preferencia de quienes ya asisten de forma regular al establecimiento.

Además, el capital humano es importante para el desarrollo de una empresa, pues aborda la productividad que tienen en base a la calidad de formación de sus colaboradores y a su experiencia de trabajo. Es importante reconocer el rol protagónico que asumen los trabajadores en la realización del trabajo para el éxito toda empresa. Es decir, mientras más entrenados se encuentren, el trabajo realizado en el entorno laboral se desarrollará con mayor destreza.

Es por ello que la motivación laboral que involucra a este capital humano, es la principal preocupación y uno de los indicadores que tanto los líderes y el área de personal le prestan cada vez más atención; pues genera un impacto positivo para la empresa el hecho de tener empleados motivados a la hora de trabajar. Mejorar la motivación laboral es sinónimo de productividad, mejor rendimiento y empleados comprometidos con las labores que desempeñan.

Por otro lado, la calidad en el servicio de atención al cliente, es un propósito claramente enfocado en que los consumidores tengan la satisfacción total de sus requerimientos, necesidades o carencias, así como, estimular el interés de visita a los establecimientos de servicio de clientes potenciales, procurando en todo momento hacerse un espacio en sus mentes y que sean elegidos como opción al momento de su

compra, además de ser recomendados por otras personas que ya han visitado con antelación las instalaciones e hicieron uso de los servicios.

Es de gran importancia que las empresas puedan medir la calidad del servicio que brindan a sus clientes y así puedan conocer oportunidades de mejora, con la finalidad de lograr en algún momento la satisfacción total, realizando todo esfuerzo en exceder sus expectativas y que ellos formen una opinión positiva de la empresa ubicándola considerablemente por encima del promedio. Esto es a lo que se le conoce como, calidad de servicio.

Es por ello que, alineándonos a que la máxima en toda empresa es satisfacer las expectativas de sus clientes, será también una preocupación latente el conocer o tener un enfoque completo de ellos y el negocio, conociendo los aspectos que destacan en relación con lo que ellos necesitan y características de lo que les interesa, para saber si lo ofrecido está acorde con la calidad que esperan recibir.

Analizando el sector en el distrito de Ate y en particular al restaurante de Santa Clara, se puede mencionar que en lo referente al capital humano, el personal se encuentra poco motivado, puesto que la organización no ha podido entender que hoy en día los trabajadores asignan mayor importancia a esta variable, no sólo a razón de una remuneración económica promedio, sino también, al hecho de poder laborar en espacios donde sientan que su trabajo es valorado y reconocido por sus jefes y compañeros, así como, gozar de un lugar donde prime la buena comunicación y armonía, además de acceder a capacitaciones continuamente y sobre todo, crecer junto a la empresa, que es un valor fundamental para todo empleado.

Esto a su vez, ha generado en el restaurante de Santa Clara, que los clientes expresen con mayor frecuencia su insatisfacción con el servicio, ya que para poder disfrutar del mismo, los tiempos de espera son prolongados, a la vez que reciben un trato inadecuado del personal, lo que ha ocasionado en algunas oportunidades el abandono de clientes del local, quienes no retornarían y mucho menos recomendarían el servicio a futuro. Lo antes mencionado, se basa y coincide con un informe de relevancia de la calidad de servicio 2018, realizado por Global Research Marketing (GRM), por encargo de JL Consultores, pues según este informe, más de la mitad de los encuestados indicó que no volvería a un establecimiento en el que se le brindó un mal servicio y además solicitaría el libro de reclamaciones para expresar su malestar. Adicional a ello, en éste mismo trabajo se detallan otros aspectos relevantes que harían pensar más de una vez a los consumidores en retornar para hacer uso de los servicios de un establecimiento, tales como: la demora en la atención o no tener respuestas con argumentos por parte de los empleados, así como el mal trato y la falta de cortesía.

En consideración a estos elementos, es importante que el personal cuente con una alta motivación, pues así tendrá una mejor disposición para realizar sus labores y por ende, el Restaurante de Santa Clara en Ate Vitarte, podría brindar un servicio con altos estándares de

calidad, en virtud de ello, la presente investigación desea determinar el nivel de relación que existe entre la motivación laboral y la calidad del servicio en dicho restaurante.

I.2. Pregunta de investigación

I.2.1. Pregunta general

- ¿Cómo se relaciona la motivación laboral con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018?

I.2.2. Preguntas específicas

- ¿Cómo se relacionan las expectativas del trabajador con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018?
- ¿Cómo se relacionan las condiciones laborales con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018?
- ¿Cómo se relaciona el reconocimiento laboral con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018?

I.3. Objetivos de la investigación

I.3.1. Objetivo general

- Determinar la relación que existe entre la motivación laboral y la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.

I.3.2. Objetivos específicos

- Determinar la relación que existe entre las expectativas del trabajador y la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.
- Determinar la relación que existe entre las condiciones laborales y la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.
- Determinar la relación que existe entre el reconocimiento laboral y la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.

I.4. Justificación de la investigación

Teórica

La relevancia teórica, está dada por la importancia que hoy en día tiene la motivación en la mejora de la calidad del servicio y por consiguiente en el desarrollo empresarial de un

restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, así como de aquellos aspectos que fortalecen el desempeño laboral, tales como las expectativas del trabajador, las condiciones en las que se realiza el trabajo y el reconocimiento en el aspecto laboral, los que en conjunto y vistos como un proceso, permitirán mejorar los resultados respecto a los objetivos y metas propuestas por la organización. En atención a lo cual, la calidad en el servicio, necesita de una correcta gestión de la calidad, enfocada en la interacción entre los requisitos que minimizan la probabilidad de tener servicios no conformes con los requerimientos del cliente. Para ello, la empresa deberá tener en cuenta los elementos tangibles que se muestran al cliente, la fiabilidad o confianza del cliente para con la empresa, la capacidad de respuesta de la empresa y la empatía que se tienen para con los clientes.

Práctica

En lo práctico, servirá de referencia y aportará para hacer frente a la problemática que se viene presentando en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, sobre la motivación laboral de sus trabajadores y la insatisfacción en cuanto a la calidad del servicio por parte de sus clientes, a través de la valoración de los factores responsables de generar motivación que impulse a sus empleados y los haga cumplir con los parámetros respecto a la calidad del servicio que la organización considera ejecutar hacia sus clientes. De esta forma las conclusiones de la investigación permitirán elaborar las distintas recomendaciones a efectos de que la empresa pueda tenerlas en cuenta.

De esta forma el restaurante verá reflejados los resultados en su rentabilidad, los clientes percibirán una mejor atención y el nivel de fama del restaurant aumentará, en tanto los servicios puedan ser recomendados por diferentes medios.

Valorativa

La presente investigación encuentra su justificación valorativa pues la adecuada gestión del talento humano en lo que respecta al proceso de motivación laboral, en las dimensiones antes mencionadas se relaciona con la mejora de la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.

1.5. Alcance de la investigación

Se propone identificar la relación que existe entre la motivación laboral de los trabajadores y la calidad del servicio, se enfoca en empresas prestadoras de servicios principalmente de restaurantes o afines, teniendo como objeto de estudio un restaurante ubicado en la urbanización Santa Clara del distrito de Ate Vitarte, y cuyos resultados de la investigación tienen como referencia el año 2018. El trabajo aportará información que servirá de apoyo en la gestión y cumplimiento de los objetivos principales de la empresa. No se busca desarrollar procedimientos o estándares de servicio o calidad.

II. MARCO TEÓRICO

II.1. Antecedentes

II.1.1. Antecedentes Internacionales

En lo concerniente al ámbito internacional la investigación se sustenta en los trabajos de: Torres, Rodríguez y Gonzáles (2019), quienes realizaron la investigación titulada **Calidad del servicio ofrecido por AFP Reservas en la ciudad de Santiago en el periodo Enero - abril 2019**, de la Universidad Abierta para Adultos (UAPA), desarrollada en República Dominicana, para optar por el título de Magíster en Mercadeo, mención Gerencia de Mercadeo. La investigación, estimó analizar la calidad del servicio ofrecido por una AFP, y demostró que los clientes sienten un alto grado de confianza en el personal y el conocimiento que estos poseen en medida a los servicios que ofrecen, por lo que la calidad del servicio es calificada como alta, y se reconoce un eficiente desempeño laboral por parte de los colaboradores.

López (2018), con la tesis titulada **Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil**, desarrollada en Ecuador, para optar el grado académico de Magíster en Administración de Empresas, tuvo como objetivo principal determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes de un restaurante; se concluyó la definitiva conexión entre sus variables, por otro lado, se encontró que su personal presentaba ciertas deficiencias frente al elemento motivacional, enfocado en no sentirse debidamente preparados para hacer su trabajo, por lo que fue una de las sugerencias indicadas en el trabajo, la prioridad de atención de este campo. Se sugirió también que para aumentar la rentabilidad del restaurante es importante mantener capacitado y motivado al personal, mediante la asignación de incentivos cuando los objetivos de venta sean alcanzados. Así mismo, la importancia de contar con espacios físicos seguros que le permitan al colaborador desarrollar sus actividades con confianza y comodidad.

Montilla (2018), con la tesis titulada **Clima organizacional y su influencia en la motivación laboral en el departamento de Control de estudios del Centro de Formación Regional de la Universidad Nacional Experimental de la Seguridad Carabobo**, desarrollada en la ciudad de Valencia – Venezuela, para optar al grado de Magíster en Gerencia Avanzada en Educación, tuvo como objetivo, analizar el clima organizacional y su incidencia en la motivación laboral en el departamento de Control de estudios del Centro de Formación Regional de la (UNES) en Carabobo y concluyó que, las herramientas utilizadas para la gerencia, son instrumentos que facilitan a los directores un adecuado proceso de la administración de la empresa y aumentan la optimización de recursos, permitiéndoles alcanzar los logros establecidos en la búsqueda continua del más

alto desempeño posible. Las recomendaciones fueron, primero tener en cuenta que las estrategias motivacionales deben disponer de un presupuesto exclusivo, así como reconocer que la satisfacción y crecimiento personal de los empleados es relevante sin considerar el cargo que estos ocupan, adicional a ello, resalta la importancia de tener siempre presente los valores y objetivos organizacionales, pues les permitirá obtener un mejor rendimiento por parte de sus empleados, aumentando la productividad de la empresa.

Por otro lado, Muñoz (2017) en la Pontificia Universidad Católica de Ecuador, ubicada en la ciudad de Esmeraldas - Ecuador, desarrollo la tesis denominada **Análisis de la calidad del servicio del hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeraldas**, para optar el grado de Magíster en Administración de Empresas mención en Planeación. La tesis planeó analizar la calidad del servicio que brinda el personal de un establecimiento de hospedaje en Esmeraldas.

Parte del diagnóstico que se hizo, arrojó como principales problemas, la deficiencia en los procedimientos de tipo administrativo del hotel, convirtiéndose en una traba para brindar atención rápida a los huéspedes que visitan el lugar, así mismo el limitado compromiso y responsabilidad asumidos por los trabajadores, los que al entregar el servicio no le dan la relevancia debida y ello se refleja en la mala atención.

La investigación propone elaborar un plan de mejora para potencializar el nivel de desempeño laboral y consecuentemente incrementar la calidad del servicio en el hotel Perla Verde de Esmeraldas, el mismo que permitirá cumplir las metas y objetivos que mantiene la organización, conminando al personal a que se mantenga comprometido y motivado en el desarrollo de la entrega del servicio con calidad total.

A su vez Santamaría (2016) en la Universidad Tecnológica Equinoccial, ubicada en la ciudad de Quito, Ecuador, desarrolló la tesis **Estrategias motivacionales y su influencia en el desempeño de los empleados del área de cocina de restaurantes turísticos del centro de Quito**, para optar el grado de Magíster en Gestión del talento Humano. La tesis tuvo como objetivo, analizar el grado de incidencia de las estrategias motivacionales en el rendimiento profesional del personal que labora en cocina de los restaurantes del centro histórico de Quito.

En este trabajo se aborda, que, si bien el factor gastronómico y turístico se encuentran en importante crecimiento en la ciudad de Quito, existen problemas relacionados a la baja autoestima y alta rotación del personal que labora en el área de cocina de los restaurantes, por lo que se pretende demostrar que, al aplicar y utilizar estrategias motivacionales para el personal, el rendimiento de los empleados mejora y en consecuencia se alcanzan los objetivos de la empresa. El estudio concluye que un personal motivado a través de distintas estrategias va a ser un personal comprometido con los objetivos del negocio, los suyos propios y el ambiente será ideal.

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

Mendoza (2015), en el Instituto de Estudios Universitarios, A.C., ubicado en la ciudad de Puebla - México, realizó la tesis denominada **Calidad en servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de La Paz, Baja California Sur**, para optar el grado de Doctor en Ciencias Administrativas. El estudio tuvo como objetivo desarrollar un mecanismo que permita identificar cuales son los principales factores estructurales y coyunturales de la calidad en el servicio de restaurantes y su grado de impacto (positivo o negativo) en la satisfacción del cliente. La investigación concluye que una de las nuevas formas de adaptar la oferta empresarial a la evolución socioeconómica del entorno es ir dejando la competencia con empresas similares, basada sólo en los precios, considerando que es mucho mejor emprender estrategias centradas en ofrecer productos y servicios de calidad que satisfagan en mayor medida las necesidades del cliente.

En consecuencia, desde el punto de vista inherente al factor humano se propone armar un plan con acciones para entrenar al personal encargado de servir a los clientes, quien se constituye como un elemento clave para hacer más fuerte y sólido el compromiso de ofrecer siempre un servicio de calidad. El personal que está en contacto directo con los clientes y les sirve, conoce muy bien los procedimientos para hacerlos y los ejecutan con mucha diligencia, convirtiéndose de esta forma en una pieza clave entre el negocio y los clientes.

Sierra (2015), con la investigación titulada **Calidad del servicio como inductor de valor económico en el sector hotelero, estudios de casos en el Municipio de Riohacha, La Guajira** de la Universidad EAFIT (Escuela de Administración, Finanzas e Instituto Tecnológico), en Bogotá - Colombia, para convertirse en Magíster en Administración Financiera, tuvo como objetivo, evaluar la calidad del servicio como posible responsable de la productividad en los establecimientos hoteleros de Riohacha en La Guajira, teniendo como resultado que sí existe una correlación positiva entre las variables calidad del servicio y generación de valor de dichos establecimientos, creando una ventaja competitiva en relación a sus rivales, para atender la demanda que cada vez es más exigente, especialmente cuando de calidad se trata.

Enríquez (2014), de la Universidad Montemorelos en la ciudad de Matamoros - México, desarrolló la investigación titulada **Motivación y desempeño laboral de los empleados del instituto de la Visión en México**, para el obtener el grado de Maestro en Administración, tuvo como objetivo, saber si el desempeño de los que trabajan en este instituto, es consecuencia de que se manejan elementos que favorecen actitudes positivas en ellos o no. Concluyendo que, efectivamente hay una fuerte evidencia de lo antes mencionado, lo que se resumiría en que mientras estos elementos de motivación estén

presentes, mejores tareas se realizarán. Recomendando la importancia de la comunicación entre los jefes y sus colaboradores, pues ello, les permitirá hacerles saber qué aspectos de su desempeño pueden mejorar, así como crear planes de acción para mantener motivado al personal y hacerle seguimiento mediante la aplicación de evaluaciones con la intención de medir su rendimiento e identificar áreas a mejorar, desarrollando habilidades personales y profesionales en sus equipos.

Gutiérrez (2014), en la Universidad Nacional de Colombia, ubicada en la ciudad de Bogotá, desarrolló la tesis **La cultura organizacional como factor que influye en la motivación laboral de los trabajadores del área operativa en una empresa de transporte aéreo**, para optar el grado de Magíster en Administración. La tesis tuvo como objetivo el identificar el grado de influencia y la motivación laboral de los trabajadores a través del fortalecimiento de la cultura organizacional, en la búsqueda de incrementar una mayor rentabilidad como empresa en un entorno cada vez más globalizado. En este trabajo se evidencia que al promover en los trabajadores el desarrollo de conocimientos y habilidades, se puede incrementar su productividad, además de alinear y aprovechar su talento a los objetivos que la institución tiene. El estudio concluye que, al fortalecer los aspectos positivos de los trabajadores, la motivación laboral de los mismos mejora, pues realizan sus laborales con intensidad y persistencia.

En tal sentido, sugiere modificar la entrega de incentivos individuales por los de grupo, premiándolos cuando alcancen metas en equipo y no sólo de manera individual. Es necesario darle énfasis al reconocimiento, esto debido a que para las personas que trabajan en estos establecimientos, este detalle es más que importante, así como, desafiarlos un poco más, al asignarles actividades cada vez más complejas y no sólo sientan la relevancia de su trabajo, sino que también lo verán reflejado en resultados que se obtengan. Con ello, se logra que no se aburran, que aprendan cosas nuevas cada día y de alguna manera los estimulamos para que creen conocimientos o experiencias diferentes, que no sólo sumarán a la empresa sino también a ellos mismos.

Para Mayen (2014), en su investigación titulada **Motivación y satisfacción laboral de los obreros adventistas de la unión de Guatemala, de la Universidad Montemorelos en la ciudad de Matamoros - México**, para optar el grado de Maestro en Administración, tuvo como objetivo conocer si existe relación entre el grado de motivación y el grado de satisfacción laboral de un grupo de obreros de la Unión Adventista de Guatemala, concluyendo que sí existe relación positiva entre ambas variables y que si se realizan esfuerzos para mejorar la satisfacción laboral de los obreros, podría incrementarse también su grado de motivación, o viceversa. El investigador recomendó, crear una comisión que se encargue de la implementación y aplicación de planes y actividades que permitan tener al personal motivado y satisfecho, así mismo, velar por la creación e implementación de espacios de trabajo adecuados para el personal y brindar mayor atención a las necesidades de los colaboradores.

II.1.2. Antecedentes Nacionales

En relación al ámbito nacional la presente investigación se sustenta en los trabajos de: Nizama (2018), de la Universidad San Martín de Porres en la ciudad de Lima, quien desarrollo la investigación titulada **La calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017. Caso: Hotel de 3 estrellas León de Oro Suites, área de Front Desk**, para optar el grado académico de Maestra en Marketing turístico y hotelero, quien planteó como objetivo el análisis de la calidad del servicio en el hotel, mediante la confiabilidad, empatía y diligencia, con las que se presta el servicio. La investigación concluye en que, el hotel brinda sus servicios con calidad, sin embargo, se debe considerar la mejora de infraestructura y mantenimiento de las instalaciones, como luz y ventilación en las habitaciones, la compra de muebles modernos pues los que se tienen se encuentran en mal estado, al no ser ni funcionales ni agradables a la vista, así también, ser detallistas con los huéspedes, tanto en el trato como con las amenidades ofrecidas en las habitaciones. Por otro lado, se debe hacer visitas de inspección con los propios colaboradores y ver en qué se puede mejorar.

Pelaes y Rodríguez (2018), de la Universidad privada de Ciencias Aplicadas, con la tesis **Calidad de Servicio desde la Perspectiva del Cliente: Análisis de casos en el restaurante Pikeos S.A.C Periodo Abril – Julio 2018**, en la ciudad de Lima, para optar el grado de maestro en Dirección Estratégica del Factor Humano, la cual tuvo como objetivo principal, describir de que manera se presenta la calidad del servicio desde la perspectiva del cliente a través del análisis de casos en un restaurante, teniendo como resultado la relación directa entre calidad y satisfacción de los clientes por el servicio brindado. Así mismo, se recomendó, obtener información real de la empresa para mejorar sus procesos y estrategias que los ayuden en la toma de decisiones mediante la elaboración de la matriz FODA, adicional a ello, se indica la importancia de analizar a la competencia con el proceso de benchmarking para tomar como referencia aspectos positivos de sus competencias y mejorar así, tanto la imagen como el concepto que el restaurante en estudio tiene hasta el momento. Se considera importante del mismo modo, la elaboración de un organigrama donde se establezca la jerarquía de puestos del personal de la empresa, con el fin de mejorar su comunicación interna, flujo de trabajo y que el personal de contacto cuente con su respectivo solapero en el que se consigne nombre y cargo, siendo más sencilla su identificación dentro de las instalaciones.

De igual forma, León (2017) de la Universidad César Vallejo, con la tesis **Gestión del talento humano en la motivación laboral de los trabajadores en las microempresas de Lima Este, 2015**, en la ciudad de Lima, para optar el grado de Doctor en Administración, tiene como objetivo, determinar la influencia de la gestión del talento humano en la motivación laboral de los trabajadores en microempresas de Lima Este, concluyendo que, la correcta administración de los colaboradores, influye positivamente en la motivación de los empleados. Así mismo, se recomendó generar espacios de

comunicación y diálogo con los colaboradores para crear confianza y puedan participar activamente en las actividades asignadas por la organización, propiciando el intercambio de conocimiento, además de valorar y reconocer a los colaboradores con mayor experiencia y habilidades a través de la promoción o ascensos, dándoles la oportunidad de estar a cargo de grupos de trabajadores y puedan alcanzar así los objetivos de la empresa, contando con empleados entrenados y que orienten a sus compañeros cuando se necesite.

Linares (2017), de la Universidad César Vallejo, quien desarrollo la tesis denominada **Motivación laboral y desempeño laboral en el centro de salud La Huayrona 2017**, en la ciudad de Lima, para optar el grado de Maestra en Gestión de los Servicios de la Salud, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la motivación y el desempeño laboral en un centro de salud, concluyendo que, existe una relación significativa entre ambas variables, recomendando, mejorar los ambientes físicos donde se desarrollan las labores diarias de los empleados, incrementar el número de capacitaciones que recibe el personal y hacerles saber acerca de los incentivos que recibirían si su desempeño es óptimo, así como involucrar a los gestores de la empresa (administración y recursos humanos) en prestar mayor interés y por último, desarrollar actividades enfocadas en incrementar la motivación.

En el trabajo de Ratto (2017), en la Universidad San Martín de Porres, situada en ciudad de Lima, quien realizó la investigación titulada **Las estrategias motivacionales y el desempeño de los empleados del área de recepción caso: Hotel Sheraton Lima and Convention Center, 2017**, para optar el grado académico de Maestra en Gestión de empresas turísticas y hoteleras, quien planteó como objetivo, el determinar estrategias motivacionales que mejoren el desempeño de los empleados del área de recepción del Hotel Sheraton Lima and Convention Center, generando una ventaja competitiva en relación con otras empresas y logrando alcanzar los objetivos propuestos dentro del área, teniendo trabajadores productivos y con una actitud más positiva.

La investigación concluyó, que siendo el Hotel Sheraton uno de los primeros hoteles de 5 estrellas en la ciudad de Lima y perteneciendo a Marriot Internacional, necesita tener trabajadores motivados para mejorar la calidad y atención a los huéspedes en todo momento, logrando los objetivos (incremento de las ventas, cero errores, vencer a la competencia), fomentando un ambiente favorable donde trabajar sea un placer.

Así mismo se recomienda que las estrategias de motivación estén siempre presentes y se trabaje en función a las necesidades del área. Por ejemplo, proponer un día de integración donde todos los trabajadores puedan asistir y de esta manera fortalecer lazos laborales y motivar la unión como equipo de trabajo. Además, los cursos de capacitación deben estar siempre presentes ya que esta práctica genera que los empleados tengan mayores herramientas para realizar sus funciones.

De igual forma, Beraún (2016), de la Universidad César Vallejo, con la tesis **Percepción de la calidad del servicio de un hotel tres estrellas en el distrito de Independencia, 2016**, realizada en la ciudad de Lima para obtener el grado de Maestra en Administración de Negocios, la investigación tuvo como objetivo, realizar la propuesta de mejora de la calidad de servicio de un hotel tres estrellas en el distrito de Independencia, mediante la planeación de estrategias tanto administrativas como de marketing cuyo fin es que los clientes reciban un servicio de calidad. Se recomendó que, se implemente un sistema de calidad que a través de instrumentos que permitan a la administración medir la calidad de los procedimientos realizados en las áreas de atención a los huéspedes como recepción y housekeeping, así mismo, se hace énfasis en la importancia de tener al personal capacitado en las funciones a realizar y motivarlos para que puedan mejorar su rendimiento al brindarles las facilidades necesarias y el uso de recursos que les permitan ejecutar sus tareas con eficacia.

Con respecto a la calidad del servicio, Soriano y Siancas (2016), en la Universidad Privada del Norte, ubicada en Trujillo, desarrollaron la tesis, **Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una entidad bancaria de Trujillo, 2016**, para el título de Maestro en Administración de Empresas. Se planteó como objetivo, reconocer en principio, para luego revisar y estudiar la existencia del vínculo entre la comodidad y felicidad de los clientes y la calidad con la que se ofrecía el servicio en una empresa bancaria, a fin de trasladar los resultados y mejorar las decisiones. Se indetificó que, no sólo hay un vínculo importante presente, sino que además, hay un impacto significativo entre lo que el cliente espera y finalmente recibe al llegar al establecimiento, y pues esto sí modifica su nivel de satisfacción.

En función a ello, se recomienda que la entidad bancaria, tome acciones alineadas a optimizar la calidad de servicio para la satisfacción del cliente externo. Serviría mucho aplicar encuestas periódicas durante el año para ver los beneficios en la satisfacción de los clientes al ir probando acciones de mejora.

Ramírez (2016), de la Universidad César Vallejo, con la investigación denominada **Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de farmacia del Hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016**, desarrollada en la ciudad de Yurimaguas, para obtener el grado de Maestra en Gestión pública, tuvo como objetivo, determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del usuario en un hospital, concluyendo que sí existe una relación positiva entre ambas variables, es decir que a mejor atención por parte del personal de contacto de la farmacia del hospital, mayor satisfacción se percibe por parte de los pacientes atendidos. Se recomendó, prever de manera planificada el abastecimiento de medicamentos en la farmacia para evitar su discontinuidad y satisfacer a la mayor cantidad de usuarios con las órdenes recetadas, así como crear y aplicar instrumentos que permitan a los directores, medir la calidad en la atención del personal de todas las áreas y de identificar aspectos débiles, mejorarlos para brindar confianza y un servicio personalizado a los usuarios.

Oliva (2015), de la Universidad César Vallejo, con la tesis **Motivación y desempeño laboral de los trabajadores del hospital Víctor Larco Herrera, Lima-Perú 2015**, desarrollada en Trujillo, para obtener el grado de Maestro en Gestión Pública, tuvo como objetivo, describir cuál es la motivación y el desempeño laboral de los trabajadores de un hospital. La investigación concluye en que, la motivación y el desempeño laboral de los trabajadores se encuentran relacionados positiva y significativamente, es decir, con nivel de motivación alto, el desempeño es alto y el trabajo es eficiente. Se recomendó que, los directores deben involucrarse en el desarrollo de programas que propicien la motivación de sus colaboradores, mejorando su productividad la cual se verá reflejada en la calidad de atención a los usuarios del hospital, así mismo, incentivar el reconocimiento del personal con estímulos como diplomas, felicitaciones o premios, que generarán un sentido de pertenencia a la organización, elevando su rendimiento laboral.

Velásquez (2015), de la Universidad Nacional de Trujillo, ubicada en la ciudad de Trujillo, en su investigación titulada **Gestión de motivación laboral y su influencia en la productividad de las empresas industriales en Chimbote**, para optar el grado de Doctor en Contabilidad y finanzas, tuvo como objetivo evidenciar en que medida la gestión de la motivación influye en la productividad de las empresas del sector pesquero en Chimbote. El trabajo concluye en que, al carecer de un área responsable de la motivación laboral de los colaboradores, no se pueden utilizar estrategias o herramientas que reconozcan el esfuerzo laboral de los trabajadores, generando de esta manera insatisfacción en la mayoría del personal, lo cual se traduce en la baja productividad de los mismos. Adicional a ello, la recomendación fue, la conformación de equipos encargados de elevar la productividad en los colaboradores, quienes a través de incentivos, estrategias y actividades, puedan elevar el nivel de satisfacción de los empleados y así incrementar las metas del área de producción de las empresas estudiadas.

II.2. Definición de las variables

Variable 1: Motivación Laboral

Existen muchos conceptos de motivación laboral definidas por una gran diversidad de autores, tales como:

Gonzales (2006) quien sostiene que, la motivación laboral, es un ciclo un tanto complejo que emprende el ser humano, tomando como referencia o partida una determinada situación que lo motiva o estimula a generar un cambio de tipo positivo y en ese propósito vuelca todos sus esfuerzos. Así mismo, la señala como la realización adecuada de un trabajo o tarea que gira en torno a cuán motivado o no se sienta un sujeto para poner en práctica sus conocimientos y habilidades en relación con su entorno laboral.

Boland, Carro, Gigmano, Stancatti y Banchieri (2007), mencionan que, en organizaciones cuya preocupación principal es su gente, la motivación garantizará el éxito

y gusto con que cada colaborador realice su trabajo, teniendo como base que es una condición inherente y se encuentra en cada uno de ellos.

Para León y Díaz (2013) la motivación de los empleados, se dará a partir de que conozcan inicialmente cuales son los objetivos y metas que la organización pretende o aspira alcanzar, a razón de ello, los harán suyos, le encontrarán un sentido y trabajarán con plena disposición para lograrlos.

Variable 2: Calidad del Servicio

La calidad en el servicio constituye hoy en día una condición necesaria para el crecimiento de las organizaciones, en tal sentido son muchos los autores que abordan este tema. Es así que Pérez Fdez (1994), sostiene que la calidad del servicio es ese espacio que necesitamos completar y está presente entre las necesidades, expectativas del cliente y su percepción del servicio recibido.

Según Fontalvo y Vergara (2010), son en su totalidad los atributos o condiciones que poseen tanto los bienes como los servicios y que son pues, los principales responsables de la satisfacción de las necesidades que tiene su consumidor.

Por otro lado, Pizzo (2013) citado por Solorzano y Aceves (2013) consideran que, son las prácticas o ejercicios de un empresa u organización para identificar con anticipación las expectativas de sus clientes y con ello poder brindarles un mejor servicio, de manera personalizada y en el momento ideal, considerando con antelación posibles situaciones que se presenten y afectarían la experiencia del usuario, y aún cuando ocurran, tener la opción de corregirlas para que finalmente el público atendido quede satisfecho con lo recibido.

II.3. Bases teóricas

II.3.1. Motivación laboral

En la actualidad la motivación laboral, se ha convertido en una de las principales preocupaciones de las empresas, pues supone que, al mantener empleados satisfechos y motivados, se asegurará el éxito de la empresa y los beneficios individuales de los colaboradores. En tal sentido Gonzales (2006) sostiene que existe una tipología para la motivación, la primera de ellas es la que hace hincapié en aspectos estrictamente alineados a las actividades laborales que deben realizar los colaboradores (intrínseca) y la segunda, está enfocada al espacio físico donde se ejecutan esas tareas y las facilidades con las que gozan los empleados para hacerlas (extrínseca). A continuación, los modelos que nacen a partir de estos tipos:

Modelo de expectativas, formulado en relación a la idea de que las personas creamos escenarios o expectativas encaminadas a los beneficios que irán apareciendo en un futuro conforme las vamos completando.

Modelo de Porter y Lawer, gira en torno a la incidencia que ocasiona una recompensa por el esfuerzo realizado. Es decir, que el sujeto pondrá el doble de ganas para la realización de su trabajo si la compensación es atractiva para él.

Modelo integrador, conjuga los elementos de motivación, que son: expectativas, necesidades, cumplimiento, interés, etc.

Capacidad, tener las aptitudes necesarias y la personalidad acorde con el puesto desempeñar.

Conocimiento, como el *know how* que se requiere para ocupar un puesto.

Resaltando la motivación del individuo para utilizar sus capacidades y conocimientos, ya que si la persona no decide utilizarlos no sirven de nada.

La motivación, es la satisfacción y el rendimiento de la gente en su espacio de trabajo, los vamos a encontrar siempre presentes e interactuando entre sí, cuando están presentes vamos a observar comportamientos saludables en nuestros empleados.

Con la intención de que se mantenga un buen ambiente y los empleados estén cómodos y seguros, se deben tener en cuenta los siguientes factores:

- Que los espacios donde realizan su trabajo sean favorables para ellos.
- Que se les asigne actividades alineadas a las habilidades que tienen.
- Que la comunicación se propicie en todos los niveles.
- Apoyar al empleado en el desarrollo de su tarea y empoderarlos cuando se toman decisiones.
- Reconocimiento y dar validez a su trabajo.
- Definición de los objetivos.

Gonzales (2006), no sólo nos plantea una definición de motivación laboral que la convierte en todo un proceso, sino que nos aproxima a los tipos de motivación que todo buen líder debe manejar, así como los modelos que se deben tener en cuenta considerado como ejes principales al trabajador y su rendimiento en la organización, para finalmente plantear un conjunto de dimensiones o elementos que se deben considerara como influyentes en la motivación laboral, que también se usaron en éste trabajo: las expectativas del trabajador, las condiciones laborales y al reconcomiendo laboral.

En tal sentido con respecto a *las expectativas del trabajador*, Martínez (2013) sostiene que:

Quando se habla de expectativas laborales se trata de las metas que tiene una persona al postularse al empleo de sus sueños. Quando un individuo se

encuentra en la búsqueda de un puesto laboral, este tiene ya en su mente la clase de empleo que desea y de lo que quiere alcanzar para su futuro (p.285).

Con respecto a las **condiciones laborales**, Martínez y Gabarda (2009) indican que:

Son aquellos elementos que se sitúan en torno al trabajo sin ser el trabajo mismo, el conjunto de factores que lo envuelve. Se entiende por condición de trabajo a cualquier característica del mismo que pueda tener influencia significativa en la generación de riesgos para la seguridad y salud del trabajador (p.12).

Finalmente, con respecto al **reconocimiento laboral** Fernández (2010) precisa que:

El reconocimiento deja constancia pública de las contribuciones notables que las personas o los equipos hacen a la empresa, por lo que se convierten en ejemplos para todos los demás, al comunicar los comportamientos y logros que la empresa valora (p.445).

Bases teóricas de la motivación laboral

Las teorías relacionadas que sustentan la motivación laboral son: la teoría de la jerarquía de las necesidades de Maslow y la teoría de los factores de Herzberg.

A. Jerarquía de las necesidades según Maslow

Según Chiavenato (1994) citado en Boland, Carro, Gigmano, Stancatti y Banchieri (2007), cuando las personas en contextos determinados, sienten que algo están necesitando o les falta, experimentan sensaciones de vacío y se perturba de alguna manera el estado en el que se encontraban, sin embargo, son precisamente esas sensaciones, las que los hacen reaccionar y buscar la posibilidad de completar esas carencias, convirtiéndose en el móvil para lograr lo que esperan o buscan.

Una de las teorías de la motivación más estudiadas y conocidas, es la de la jerarquía de las necesidades de Abraham Maslow.

Maslow, elaboró una pirámide para indicar que las necesidades, se encuentran distribuidas de acuerdo a la importancia y urgencia del cumplimiento de las mismas, encontrándose en la parte más baja de la pirámide las denominadas necesidades básicas o primarias y en la parte superior, las llamadas necesidades sofisticadas o superiores.

Según Maslow (1954) citado en Robbins y Culter (2004), la jerarquía de las necesidades son las siguientes:

- Necesidades fisiológicas, enfocadas en mantenernos vivos por lo que poseen la cualidad de urgencia, por ejemplo, consumir alimentos o procurar descanso; estas se encuentran en la base de la jerarquización.
- Necesidades de seguridad, alineadas a tener la percepción de seguridad o sentirse protegido ante posibles amenazas; para el aspecto laboral por ejemplo, se considera la estabilidad que puede sentir un trabajador en el puesto en el que se encuentra, o el salario fijo que recibirá mes a mes y le dará una tranquilidad económica significativa.
- Necesidades sociales, es la búsqueda por sentirse querido, enfocadas principalmente al escenario emocional; que a los sujetos les sea sencillo pertenecer a grupos o sentirse aceptados por la mayoría.
- Necesidades de autoestima, es el aspirar a ser reconocidos, estar seguros que se van alcanzando cosas, que con esfuerzo nuestros sueños van haciéndose realidad y estos son reconocidos y admirados por nuestro entorno social más cercano.
- Necesidades de autorrealización, cuando las personas las satisfacen tienen la convicción de que poseen el talento o capacidad para lograr sus metas, experimentando al realizarlas sentido para sus vidas, alcanzando así, su máximo potencial.

Figura N°01. Pirámide de las necesidades de Maslow



Fuente: Robbins, S. (2004). Comportamiento organizacional

Cuando tenemos satisfechas nuestras necesidades, nuestro comportamiento no sufre variaciones relevantes, sin embargo, el no completarlas, podría generar frustración o cambios, tanto físicos como psicológicos en el individuo. El fin de las personas, es completar cada una de las fases de la pirámide propuesta por Maslow, pues aún cuando satisfacen sus necesidades más básicas, siempre están buscando experimentar la autorrealización, en otras palabras, es constante el anhelo de mejorar sus talentos y capacidades. Alineando esta teoría a nuestra investigación, el querer estar constantemente capacitado para mejorar el desempeño laboral, es parte de nuestro desarrollo como personas, el querer sobresalir, obtener logros y reconocimientos, forman parte de nuestras motivaciones como individuos.

Aun cuando muchos consideran esta teoría de las necesidades muy general, es importante mencionar, que se convierte en un valioso aporte para entender cuáles son las principales motivaciones de las personas para el cumplimiento de sus objetivos.

B. Teoría de la satisfacción en el trabajo o teoría de los factores de Herzberg

En el ámbito de la motivación laboral, es importante mencionar la teoría de Herzberg, en la cual se hace referencia a la existencia de algunos factores que cuando se completan o satisfacen, la productividad de los trabajadores dentro de una empresa es buena, sin embargo, cuando ocurre lo contrario, se produce insatisfacción en los individuos, la cual se verá directamente reflejada en el bajo rendimiento de las personas.

Según Herzberg, estos factores determinan la motivación de las personas en las organizaciones, y éstos son: Los factores higiénicos y factores motivacionales, siendo los primeros aquellos aspectos físicos y ambientales (extrínsecos), en los cuales los individuos se desenvuelven en el trabajo, recibiendo la denominación de higiénicos pues con ellos se pretende prevenir la insatisfacción de los colaboradores en la empresa. Cuando éstas condiciones son buenas, los colaboradores estarán cómodos y satisfechos por lo que serán más productivos. Al ser considerados externos, son ajenos al individuo y dependerá de la empresa que se desarrollen.

En el caso de los factores motivacionales, están asociados a las funciones que deben cumplir las personas relacionadas al cargo que éstas ocupan, mientras más retadoras sean las actividades a realizar, mayor será la motivación y por ende el rendimiento laboral. Siendo estos factores intrínsecos, nacen de la persona.

Figura N°02. Factores motivacionales y factores higiénicos

Factores Extrínsecos Higiénicos	Factores Intrínsecos o Motivacionales
- Políticas de la empresa.	- Sensación de logro.
- Actitud y comportamiento del jefe.	- Reconocimiento.
- Relación con el jefe.	- Estar a gusto con la profesión.
- Condiciones laborales.	- Responsabilidad.
- Salario.	- Sensación de avance / progreso.
- Relación con los compañeros.	- Crecimiento.
- Relación con los subordinados.	
- Vida personal.	

Fuente: García, J. (2016). Gestión de ventas y equipos comerciales.

Herzberg concluyó en su investigación que, satisfacción o motivación no son opuestos, sino que los factores que motivan o desmotivan pueden estar ambos

presentes en los individuos, motivo por el cual, las empresas deben enfocarse en poner en marcha acciones que incrementen los factores motivacionales de los colaboradores y prevenir la insatisfacción de los mismos, interviniendo en los factores higiénicos

C. Teoría ERC: Existencia, Relación y Crecimiento

En esta teoría, Clayton Alderfer, concluye que el individuo presenta 3 necesidades elementales: existencia, relación y crecimiento.

Alderfer, reestructuró la teoría de las necesidades de Maslow, sin embargo, al tomar esta investigación como base de la suya, coincide en que sí existe un rango de importancia (jerarquía) para que los individuos puedan satisfacer sus necesidades.

En esta teoría de ERC, se limitó a tres el grupo de las necesidades y son las siguientes:

- Necesidades de existencia, que se encontrarían en el nivel inferior y siguiendo el estudio de Maslow, corresponden a las necesidades fisiológicas y de seguridad, aquellas que son necesarias para la subsistencia de los individuos.
- Necesidades de Relación: estarían en el nivel intermedio, indispensables para interactuar con otros individuos, además de permitirnos el crear y mantener vínculos con las personas. Estas se encontrarían asociadas a las necesidades de estima de la pirámide de Maslow.
- Necesidades de crecimiento: son la última fase de la estructura de esta teoría y están enfocadas a las ansias de desarrollo personal, potenciar las habilidades y cumplir con objetivos individuales.

A diferencia de Maslow, Alderfer sostiene que, no necesariamente debes cumplir las necesidades más básicas para continuar con las siguientes en jerarquía, sino que, los individuos trabajan en satisfacer las necesidades, según sus motivaciones, incluso de manera simultánea si es el caso. De no lograr satisfacer las necesidades de las fases superiores, el individuo se reprime o frustra y busca mejorar alguna necesidad de las fases inferiores elementales.

II.3.2. Calidad en el servicio

Actualmente un indicador importante para poder medir cuán competitiva es una empresa dentro del mercado, es la calidad con la que ésta ofrece sus servicios, tanto es así, que se considera hasta imperativo que se desarrolle siempre de este modo.

Una de las características más importantes de la calidad es que el cliente logre cumplir sus expectativas y superarlas una vez concluido el momento de la verdad; de modo que la opinión del cliente es muy importante, es así que el concepto de calidad

en el servicio tiene como protagonista al cliente, donde la conformidad del servicio recibido por parte de él, es lo que realmente importa.

En esa línea, Fontalvo y Vergara realizan una aproximación al concepto no sólo de calidad sino también a aspectos esenciales que todo servicio de calidad debe tener.

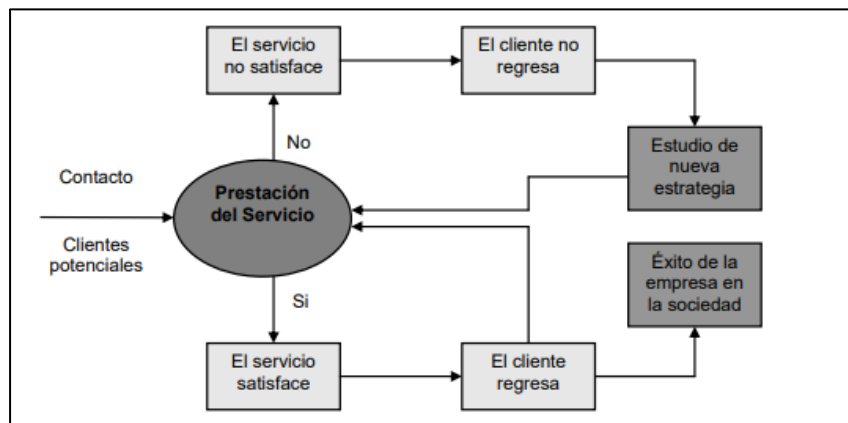
Para Fontalvo y Vergara (2010), el servicio, es la prestación que se hace para el intercambio de intangibles entre clientes y prestadores del mismo, con el fin de crear beneficios tanto al consumidor como a las empresas. Estas organizaciones ofrecen servicios a sus clientes, quienes van en busca de calidad y satisfacción de sus necesidades.

Estos servicios poseen propiedades entre las cuales se pueden mencionar:

- Su característica de ser intangible, es decir que no lo podemos percibir con nuestros sentidos.
- Sólo pueden ser prestados en una oportunidad si perdemos la misma, tendríamos que volver a adquirirlos.
- Se elaboran en el mismo espacio hasta donde nos dirigimos para poder tomarlos de manera inseparable.
- El cliente es el actor principal al momento de ofrecerlo.
- Es un proceso que requiere de planificación.
- Es de forma personal y directa.
- Puede darse una devolución o comentario (si estuvo satisfecho o no) por parte del cliente al recibirlo.
- Se apoya para complementar la experiencia en elementos tangibles.
- El cometer errores durante su prestación y no enmendarlos, significaría perder clientes.

Aquí apreciaremos los elementos que participan al momento del servicio.

Figura N°03. Factores motivacionales



Fuente: Fernández, E. (2010). Administración de empresas.

Otro aspecto sumamente importante con respecto a la calidad del servicio está referido al proceso que se debe seguir para poder medirlo, en este aspecto Fontalvo y Vergara (2010) sostienen que:

Medida de la calidad del servicio

Para que una empresa se asegure que dentro de la misma se están cumpliendo con los estándares de calidad planteados en un proceso de planificación y gestión de calidad, es importantísimo seleccionar los indicadores con los que vamos a realizar esta valoración. Estos se irán monitoreando (control) y nos revelarán posibles acciones a mejorar. En ese sentido iremos aplicando un control de calidad al momento de servir, considerando en todo contexto que es lo que realmente nuestros clientes esperan recibir de nosotros como los encargados y responsables de esa prestación.

Los criterios que los clientes buscan encontrar cuando toman un servicio son:

- Rapidez en la atención, por ejemplo, después de sentarse a una mesa que no transcurran muchos minutos en que se les entregue la carta para hacer el pedido.
- Prontitud en la entrega al solicitar el servicio, en este caso puntual, si te prometieron la entrega de tu comida en 20 minutos que no exceda ese plazo (porcentaje de servicios impuntuales)
- Que se cumpla con lo ofrecido, políticas, condiciones, etc.
- Que el beneficio-costeo sea justo.
- Empleados entrenados y capaces de brindar asistencia siempre que se requiera.
- Cordialidad y amabilidad al momento de hacer la prestación.

Modelo para la medida de la calidad de servicio

Se dice que un servicio es de calidad, cuando recibimos mucho más de lo que estábamos esperando, cuando la idea que teníamos en mente del mismo, es superada. Para lograr esto, las empresas deben identificar qué es lo que sus clientes necesitan o desean recibir cuando los eligen para satisfacer sus necesidades, pues estas pueden variar según sea la persona y la urgencia de completar las mismas, así como la concepción que se hayan hecho los clientes de nosotros; como los expertos y responsables de lograr ese fin.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1993) identifican los siguientes elementos condicionantes:

- Comunicación: enfocado en las recomendaciones que a veces podemos recibir de clientes que ya hicieron uso del servicio con antelación, ya sea en conversaciones con amigos o familiares o a través de la búsqueda en alguna plataforma digital.
- Necesidades personales: el servicio será percibido de manera diferente por cada cliente, pues debe alinearse a lo que cada uno busca en ese momento, teniendo en cuenta factores internos y externos.

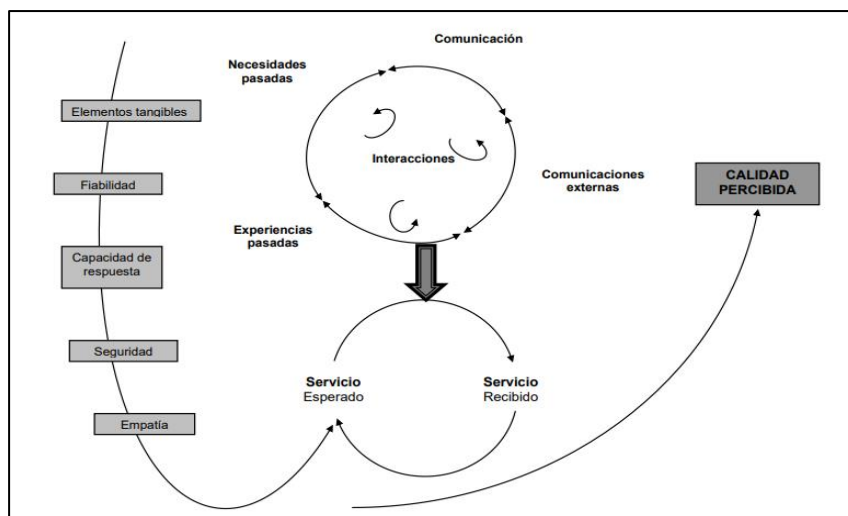
- Experiencias anteriores: Si en oportunidades previas se recibió un servicio de excelencia, es lo que siempre buscaremos al acudir al establecimiento.
- Comunicación externa: Es lo que como empresa comunicamos a través de la publicidad o la política de precios, todo en torno a los servicios que brindamos.

Así también son dimensiones de calidad:

- **Elementos tangibles:** Las instalaciones, equipos, personal y materiales de comunicación. Se considera que los equipos sean actuales, las instalaciones atractivas y buena apariencia del personal.
- **Fiabilidad:** Habilidad para realizar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Los elementos que debe considerar son: el cumplimiento de promesas, realizar el servicio inmediatamente, concluir en el plazo promedio y la relación beneficio – precio, dentro del tiempo establecido y acordado.
- **Capacidad de respuesta:** Los aspectos que se deben considerar en esta dimensión son: colaboradores comunicativos y asertivos, colaboradores rápidos, colaboradores con ganas de ayudar, colaboradores proactivos, prontitud del servicio y puntualidad en la entrega.
- **Empatía:** Hace referencia al servicio que se da de forma individual a cada uno de los clientes, interesados en sus necesidades aún más superficiales y las más complejas, tales como: la accesibilidad, comunicación, entender a los clientes, ser amables y ofrecerles buen trato en la prestación del servicio.

De lo expresado por Fontalvo y Vergara se concluye que es posible identificar las características con las que se puede llenar las necesidades y expectativas de los clientes, también en los procesos de prestación del servicio, es decir se puede identificar lo que el cliente espera y la calidad de los servicios que recibe. Así mismo nos plantea un modelo para evaluar la calidad en el servicio cuyo detalle se expresa en la siguiente gráfica.

Figura N°04. Modelo de evaluación de calidad del servicio



Fuente: Fontalvo, T. y Vergara, J. (2010). *La gestión de la calidad en los servicios ISO 9001: 2008*

Figura N°05. Dimensiones de la calidad del servicio

DIMENSIÓN	ASPECTO
Elementos tangibles	Equipamiento de aspecto moderno Instalaciones físicas visualmente atractivas Apariencia integral de los colaboradores Elementos tangibles atractivos
Fiabilidad	Cumplimiento de promesas Interés en la resolución de problemas Realizar el servicio inmediatamente Concluir en el plazo prometido ser asertivo
Capacidad de respuesta	Colaboradores comunicativos y asertivos Colaboradores rápidos Colaboradores dispuestos a ayudar Colaboradores que responden Colaboradores creativos y recursivos
Seguridad	Colaboradores que transmiten confianza Clientes seguros con su proveedor Colaboradores amables Colaboradores bien formados
Empatía	Atención individualizada al cliente Horario conveniente Atención personalizada de los colaboradores Preocupación por los intereses de los clientes Comprensión por las necesidades de los clientes

Fuente: Fontalvo, T. y Vergara, J. (2010). La gestión de la calidad en los servicios ISO 9001: 2008

Bases teóricas de la calidad del servicio

Las bases teóricas que dieron soporte a la presente investigación con respecto a la variable calidad del servicio son: el círculo de Deming o círculo de la calidad, la trilogía de la calidad de Juran y la teoría del cero defectos de Crosby.

A. El círculo de Deming o círculo de la calidad:

Deming, quien estudió esta teoría, propone el círculo de la calidad, conocido también como círculo de Deming o PHVA. Este esquema consiste en 4 etapas.

La primera etapa es el primer paso en el camino hacia la calidad, es en esta etapa donde se definen los objetivos a los que se espera arribar, como y cuando se quieren lograr, así como serán medidos.

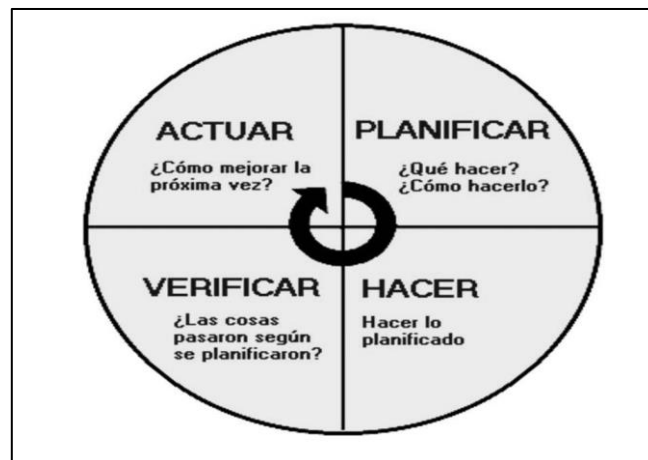
En la segunda etapa se detallarán las actividades a realizar para el cumplimiento de objetivos, asignando de manera eficaz y eficiente cada uno de los recursos con los que se cuenta.

La tercera etapa permite verificar y monitorear el proceso, lo cual permitirá identificar posibles errores, tomar las medidas pertinentes para su corrección y continuar, así mismo, esta etapa permite evidenciar los avances de lo programado.

Finalmente, la cuarta etapa denominada actuar, debe permitir diseñar y ejecutar acciones correctivas en base a lo que se pueda identificar en la etapa de verificación, con ellos aseguramos que cada una de las actividades propuestas en la primera etapa se cumplan dentro de los tiempos establecidos y de acuerdo a los procedimientos planificados.

Estas etapas planteadas por Deming, deben seguir una secuencia, con lo cual aseguraremos una gestión de calidad dentro de las organizaciones, también llamadas mejora continua, lo que significa, que dentro del desarrollo de los procesos siempre existirá una oportunidad para hacer las cosas bien, dándonos como resultado empresas más productivas y competitivas.

Figura N°06. Círculo de la calidad de Deming



*Fuente: Miranda, F., Chamorro, A. y Rubio, S. (2007).
Introducción a la gestión de la calidad.*

B. Teoría de trilogía de la calidad de Juran

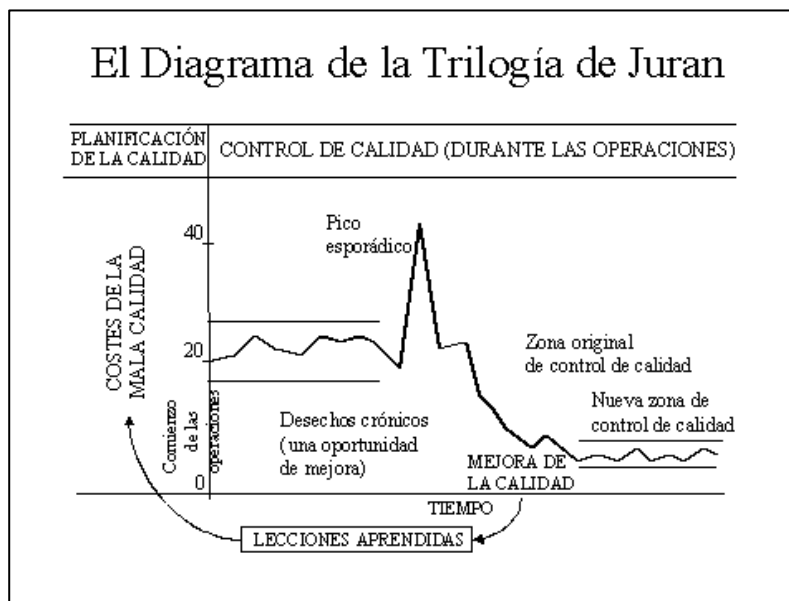
Para Juran, la calidad se conforma de tres procesos relacionados entre sí: planificación de la calidad, control de la calidad y mejoramiento de la calidad.

En este proceso, se identifican las características y necesidades de la demanda con el fin de crear productos, servicios y procedimientos que puedan satisfacer estas necesidades.

El control de la calidad, es el proceso mediante el cual se puede verificar los avances reales, medirlos en relación a los objetivos y metas a alcanzar y de existir disconformidades o errores, tomar las medidas necesarias, estandarizando los procesos, para la mejora.

Por último, el mejoramiento de la calidad que permite identificar los errores y nos da la oportunidad de mejorar el proceso y así garantizar la calidad de los resultados.

Figura N°07. Diagrama de la trilogía de Juran.



Fuente: Miranda, F., Chamorro, A. y Rubio, S. (2007). *Introducción a la gestión de la calidad.*

Algunos aspectos a considerar del por qué es tan importante esta trilogía es que, debido a que podemos anticipar posibles fallos en los procesos de producción o durante el servicio, reducimos los riesgos de tener clientes insatisfechos, y no perder la buena reputación de nuestras empresas. Así mismo, debemos tener en cuenta que, al atender las quejas de los clientes y sus posibles compensaciones invertimos tiempo y además dinero, lo cual se reduce considerablemente al implementar cada fase del proceso de tan famosa trilogía.

Muchos criterios de Juran se asemejan a los de Deming, pues ambos coinciden en el protagonismo y compromiso de los gerentes para la creación y aplicación de estrategias que les permitan un correcto control de la calidad.

C. Teoría de cero defectos de Crosby

Para Crosby, la calidad radica en la prevención, él aseguraba que el mejoramiento de la calidad del proceso de un producto o servicio tiene que ser permanente.

El concepto “cero defectos” constituye una filosofía estándar en el desarrollo de algunos pasos para obtener el producto o servicio óptimo. Para tener “cero defectos”, Crosby señala que es importante respetar el tiempo en el que desarrollará el proceso, teniendo claro a donde se quiere llegar (objetivo), y que sólo lo lograremos si contamos con el personal entrenado y con ganas de realizarlo.

Así mismo, se menciona que existen 2 tipos de clientes, el cliente exitoso y el cliente satisfecho. El primero, es quien al recibir un producto o servicio logra cumplir sus expectativas y

más, a la primera vez, en contraste con el segundo que, al recibir el producto o servicio, para que se logre sus expectativas, se tuvo que hacer algunas correcciones de lo que se le ofreció.

En el caso de un restaurante, por ejemplo, si un cliente recibe un plato con una porción de carne en un término no solicitado, aún cuando se puede corregir el error y el cliente logre satisfacer su necesidad, el servicio brindado no es de calidad.

Crosby propuso 4 principios absolutos y fundamentales para alcanzar la calidad:

El primer principio sostiene que la calidad es cumplir con los requisitos del cliente, en el se indica que es necesario saber las motivaciones y características de lo que el cliente necesita, que las personas encargadas de elaborar el producto o realizar el servicio deben saberlo y deben hacer todo lo necesario para lograr brindarle al cliente lo que está buscando.

El segundo principio sustenta que la calidad proviene de la prevención, lo que se busca es, no encontrar errores, utilizando la prevención como filosofía, de esa manera ya no será necesaria la inspección final del producto o servicio.

El tercer principio tiene que ver con el estándar de la calidad que es cero defectos, para Crosby, las empresas deben producir productos o servicios sin defectos, y esto solo se logrará si el personal sabe cómo hacerlo (capacitación) y pone especial atención al hacerlo (motivación), estos dos aspectos ayudarán a que no se produzcan errores y las cosas se hagan bien a la primera vez.

Por último, el cuarto principio se refiere a la medición de la calidad, visto desde la inconformidad, hacer las cosas mal, involucra la pérdida de recursos y es responsabilidad de los administradores identificar en que parte del proceso se originan estas no conformidades y hacer lo necesario para que no vuelvan a ocurrir.

III. HIPÓTESIS

III.1. Declaración de hipótesis

III.1.1. Hipótesis general

- La motivación laboral tiene relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.

III.1.2. Hipótesis específicas

- Las expectativas del trabajador tienen relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.
- Las condiciones laborales tienen relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.
- El reconocimiento laboral tiene relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.

III.2. Operacionalización de las variables

III.2.1. Definición operacional

Variable 1: Motivación Laboral

Gonzales, (2006) afirma que:

A parte de las capacidades y conocimientos que posea el sujeto, la realización de la tarea también lleva implícita una serie de factores derivados de la motivación, tales como, las expectativas del trabajador, las buenas condiciones laborales, el reconocimiento y valoración del trabajo, la buena comunicación, la eliminación de tareas tediosas entre otras. (p. 81).

Dimensiones e indicadores

Dimensión 1: Expectativas del trabajador

Según Martínez (2013) sostiene que:

Cuando se habla de expectativas laborales se trata de las metas que tiene una persona al postularse al empleo de sus sueños. Cuando un individuo se

encuentra en la búsqueda de un puesto laboral, éste tiene ya en su mente la clase de empleo que desea y de lo que quiere alcanzar para su futuro. (p.285).

Por otro lado, Martínez (2013) precisa que las expectativas se alinean a los deseos o aspiraciones de los colaboradores en relación a su puesto de trabajo, y su satisfacción aumenta cuando van logrando en la empresa lo siguiente: conocer los objetivos que como organización deben lograr, que se acepten ideas o propuestas que nazcan de ellos; toda vez que conocen el trabajo que realizan y podrán crear aportes válidos para el logro de ese fin, otra punto a considerar es, lo que la empresa espera de ellos, si existen opciones de hacer línea de carrera y como poder aplicar a nuevos y mejores puestos, así como, saber qué criterios se utilizarán en sus monitoreos o evaluaciones de desempeño.

Indicadores propuestos:

- Nivel de participación en la elaboración de los objetivos institucionales
- Grado de conocimiento de los objetivos institucionales
- Nivel de desarrollo en la organización.
- Grado de concomimiento de posibilidades de ascenso.
- Grado de aceptación de los planes de capacitación
- Escala salarial

Dimensión 2: Condiciones laborales.

Según Martínez y Gabarda (2009), indican que:

En un sentido amplio entendemos por condiciones de laborales a todos aquellos elementos que se sitúan en torno al trabajo sin ser el trabajo mismo, el conjunto de factores que lo envuelve. Se entiende por condición de trabajo a cualquier característica del mismo que pueda tener influencia significativa en la generación de riesgos para la seguridad y salud del trabajador (p.12)

Indicadores propuestos:

- Grado de aceptación de las condiciones de seguridad.
- Grado de aceptación del ambiente físico de trabajo
- Nivel de estabilidad y seguridad en el empleo
- Nivel de satisfacción con la jornada laboral y las horas extras
- Grado de interdependencia funcional con otros puesto y secciones.

- Nivel de satisfacción con el clima laboral.

Dimensión 3: Reconocimiento laboral.

Para Fernández (2010) precisa que: "El reconocimiento deja constancia pública de las contribuciones notables que las personas o los equipos hacen a la empresa, por lo que se convierten en ejemplos para todos los demás, al comunicar los comportamientos y logros que la empresa valora" (p.445).

Indicadores propuestos:

- Grado de conocimiento incentivos económicos
- Grado de conocimiento incentivos no económicos
- Grado de satisfacción de incentivos económicos
- Grado de satisfacción de incentivos no económicos

Variable 2: Calidad del Servicio.

Según Fontalvo y Vergara (2010) sostiene que la calidad del servicio es:

Una correcta gestión de la calidad del servicio (administración de las necesidades y expectativas de los clientes) en las organizaciones, deben tener en cuenta una interacción entre los requisitos que minimizan la probabilidad de reducir servicios con defectos, no acordes con los requerimientos del cliente.

Para garantizar la calidad del servicio es importante tener en cuenta las siguientes dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía (p. 35).

Dimensiones e indicadores:

Dimensión 1: Elementos tangibles.

Para Fontalvo y Vergara (2010), los elementos tangibles: "Se refieren a las apariencias de las instalaciones físicas, equipos, personal y material de comunicación. Entre los aspectos que se consideran se encuentran el equipamiento de aspecto moderno, instalaciones físicas visualmente atractivas, apariencia integral de los colaboradores, elementos tangibles atractivos" (p. 35).

Indicadores propuestos:

- Grado de satisfacción de las instalaciones físicas.

- Grado de satisfacción con la apariencia de los colaboradores
- Grado de satisfacción con los atractivos de la empresa

Dimensión 2: Fiabilidad.

Para Fontalvo y Vergara (2010), la fiabilidad es brindar lo ofrecido como parte del servicio contratado, según lo estipulado por ambas partes, a un precio que se ajuste a la calidad y el beneficio a recibir.

Indicadores propuestos:

- Número de quejas por incumplimiento del servicio.
- Número de reclamos por incumplimiento del servicio
- Nivel de satisfacción con la relación beneficio – precio del servicio

Dimensión 3: Capacidad de respuesta.

Para Fontalvo y Vergara (2010), la capacidad de respuesta es mostrar atención oportuna dentro del tiempo pactado, dándoles sensación de seguridad y disponer de conocimiento para absolver dudas o inconvenientes que se puedan presentar.

Indicadores propuestos:

- Grado de satisfacción con el cumplimiento de los tiempos del servicio
- Nivel de satisfacción con la resolución de problemas.
- Nº de quejas del personal encargado de servicio
- Nº de reclamos del personal encargado del servicio

Dimensión 4: La empatía.

Para Fontalvo y Vergara (2010), la empatía es la atención que se da a los clientes de forma personal, teniendo en cuenta horarios para brindar el servicio, que se opere según lo que se ofrece, dar un buen trato a los clientes y estar siempre interesados de sus requerimientos.

Indicadores propuestos:

- Nivel de satisfacción con la atención personalizada.
- Nivel de satisfacción con los horarios de atención
- Nivel de satisfacción con la preocupación de los intereses del cliente
- Nº de reclamos por la falta amabilidad y buen trato en el servicio

III.2.2. Matriz de operacionalización

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems
Motivación laboral	"La motivación laboral es el proceso que parte de una meta a lograr o de una necesidad a satisfacer e impulsa la realización y mantenimiento de una conducta determinada" (Gonzales, 2006, p. 79).	"La realización adecuada de un trabajo o tarea se basa en la motivación que tiene un individuo para utilizar sus capacidades y conocimientos, en relación con su entorno laboral. A parte de las capacidades y conocimientos que posee el sujeto, la realización de las tareas llevan implícita una serie de factores derivados de la motivación, tales como, las expectativas del trabajador, las buenas condiciones laborales, el reconocimiento y valoración del trabajo, la buena comunicación, la eliminación de tareas tediosas entre otras" (Gonzales, 2006, p. 81).	Expectativas del trabajador	Nivel de participación en la elaboración de los objetivos institucionales	1 – 2
				Grado de conocimiento de los objetivos institucionales	3 - 4
				Nivel de desarrollo en la organización.	5 – 6
				Grado de conocimiento de posibilidades de ascenso.	7 – 8
				Grado de aceptación de los planes de capacitación	9 – 10
				Escala salarial	11 – 12
			Condiciones laborales	Grado de aceptación de las condiciones de seguridad.	13 – 14
				Grado de aceptación del ambiente físico de trabajo	15 – 16
				Nivel de estabilidad y seguridad en el empleo	17 – 18
				Nivel de satisfacción con la jornada laboral y las horas extras	19 – 20
				Grado de interdependencia funcional con otros puesto y secciones.	21 – 22
			Reconocimiento laboral	Nivel de satisfacción con el clima laboral	23 – 24
				Grado de conocimiento incentivos económicos	25 – 26
Grado de conocimiento incentivos no económicos	27 – 28				
Grado de satisfacción de incentivos económicos	29 – 30				
				Grado de satisfacción de incentivos no económicos	31 – 32

Calidad del servicio	"La calidad del servicio está referida al conjunto de características inherentes de un bien o servicio que satisfacen la necesidades y expectativas de los clientes" (Fontalvo y Vergara, 2010, p.22).	"Una correcta gestión de la calidad del servicio (administración de las necesidades y expectativas de los clientes) en las organizaciones, deben tener en cuenta una interacción entre los requisitos que minimizan la probabilidad de reducir servicios con defectos, no acordes con los requerimientos del cliente. Para garantizar la calidad del servicio es importante tener en cuenta las siguientes dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta y empatía" (Fontalvo y Vergara, 2010, p.35).	Elementos tangibles	Grado de satisfacción de las instalaciones físicas.	1 – 2
				Grado de satisfacción con la apariencia de los colaboradores	3
			Fiabilidad	Número de reclamos y/o quejas por incumplimiento del servicio	4 – 5
				Nivel de satisfacción con la relación beneficio – precio del servicio	6 – 7
			Capacidad de respuesta	Grado de satisfacción con el cumplimiento de los tiempos del servicio	8 - 9
				Nivel de satisfacción con la resolución de problemas.	10 - 11
				Nº de reclamos y/o quejas del personal encargado del servicio	12
			La empatía	Nivel de satisfacción con la atención personalizada.	13 -14
				Nivel de satisfacción con los horarios de atención	15
Nivel de satisfacción con la preocupación de los intereses del cliente	16				

IV. DESCRIPCIÓN DE MÉTODO Y ANÁLISIS

IV.1. Tipo de Investigación

La presente investigación es de tipo básica, debido a que busca asociar la calidad del servicio y la motivación laboral. En tal sentido, investiga la relación entre variables o constructos, adaptando teorías administrativas empresariales y construyendo instrumentos de medición, como lo manifiesta Vara (2015).

Así mismo, para Rodríguez (2005) la investigación básica tiene relevancia en la formulación de nuevas ideas sobre la aplicación de las variables en estudio.

Además, con respecto a la investigación básica, Valderrama (2007) sostiene que: Es conocida como pura o fundamental, está destinada a aportar un cuerpo organizado de conocimientos científicos y no produce necesariamente resultados de utilidad práctica inmediata. Se preocupa de recoger información de la realidad para enriquecer el conocimiento teórico científico, orientada al descubrimiento de principios y leyes (p.28).

IV.2. Diseño de la investigación

El diseño la investigación es no-experimental, toda vez que no se manipula ninguna variable. Al respecto Hernández (2014) señala que no se pretende alterar ninguna de las variables, corresponde la observación de la realidad en la forma en la que se encuentra para posteriormente poder estudiarla. No es la intención crear nuevos escenarios o modificarlos.

Así mismo, es de corte transversal, porque los datos a obtener serán en un sólo momento, en un único espacio del tiempo, en tal sentido Hernández et al (2014) se refiere a que: "las investigaciones de corte transversal se dan cuando se recolecta los datos en un solo momento dado, es decir su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado". (p.154).

IV.3. Nivel de investigación

Es descriptiva-correlacional, dado que se detallarán conceptualmente cada una de las variables; al respecto, Hernández (2014), señala que: Lo que se busca es recopilar

información, ya sea de forma individual o en grupo, desde diferentes connotaciones o perspectivas sobre las variables en estudio.

Además, se debe mencionar que esta investigación es de carácter correlacional, porque busca precisar la relación que existe entre las dos variables de estudio y conocer en qué grado una afecta a la otra, sin dar información de las causas que originan la misma. Es así que, Hernández et al (2014), añade que: "El nivel de investigación correlacional se distingue de los descriptivos, principalmente, en que, mientras estos últimos se centran en medir con precisión las variables individuales, los estudios correlacionales evalúan el grado de vinculación entre dos variables." (p.154).

Para materia de la presente investigación lo que se buscó demostrar es la relación entre las variables: x = motivación laboral; y = calidad del servicio.

IV.4. Tipo de enfoque

La presente investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, puesto que se buscó a través de la medición de las características de las variables plantear una serie de relaciones entre las mismas.

Es así que Bernal (2010) señala que:

La investigación cuantitativa se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente del problema analizado, una serie de postulados que expresan relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva. (p.60).

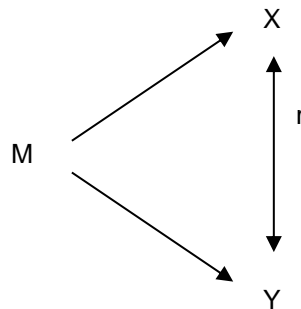
IV.5. Método de investigación

La investigación se desarrolló bajo el método hipotético-deductivo toda vez que según Bernal (2010), sostiene que: "el método hipotético-deductivo consiste en un procedimiento que parte de unas aseveraciones en calidad de hipótesis y busca refutar o falsear tales hipótesis, deduciendo de ellas conclusiones que deben confrontarse con los hechos". (p.60).

IV.6. Estrategia en prueba de hipótesis

Con respecto a la estrategia que se utilizó para la prueba de hipótesis es fue bivariada, toda vez que la investigación abordó dos variables: motivación laboral (X) y calidad del servicio (Y), asumiendo como variable dependiente (Y) y como variable independiente (X).

Teniendo en cuenta la hipótesis de la investigación y se aplicó la técnica de análisis estadístico, por tal motivo, el diseño es descriptivo correlacional, representándose de la siguiente manera:



Donde:

M = Muestra de la investigación

X = Variable motivación laboral.

Y = Variable calidad del servicio

r = Grado de relación entre motivación laboral y calidad del servicio.

IV.7. Población y muestra

IV.7.1. Población

Teniendo en cuenta la definición de población propuesta por Hernández et al (2010), quien nos manifiesta que es el grupo de sujetos que de alguna manera poseen características que coincidan en todos, tal y como en este caso, los mozos y meseras, que están encargados del servicio en el restaurante y los clientes quienes perciben la calidad de la atención en el mismo lugar de estudio.

Además, Hernández, Fernández y Baptista (2010), señalan que teniendo claro lo que queremos estudiar, es importantísimo ir estableciendo el número de sujetos que nos apoyarán y de quienes requerimos tomar datos para alcanzar los resultados de la investigación.

En tal sentido, para el presente trabajo la población la conforman 52 trabajadores de un restaurante de Santa Clara - Ate Vitarte en el año 2018, de los cuales 20 son mozos y 32 son meseras, todo personal de contacto directo con el cliente, encargados del servicio. Así como los clientes que asisten diariamente al restaurante en el año 2018, el cual asciende a 75 clientes diarios en promedio.

IV.7.2. Muestra

El tamaño de la muestra probabilística (n) es calculada con fórmulas estadísticas establecidas para poblaciones finitas. Esta fórmula será de forma aleatoria simple para ver el tamaño óptimo de la muestra. (Hernández et al, 2014)

Para después indicar los factores que integran la población y si coinciden con la probabilidad de ser seleccionados para la muestra, sin embargo, esto se obtiene de forma aleatoria de las unidades de muestra (p.175)

Fórmula empleada:

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

Z: Es una constante que obedece al nivel de confianza que asignemos. Para la presente tesis se usará un nivel de confianza del 95% que corresponde un Z= 1.96

*p: Proporción de personal que afirma la premisa de la hipótesis (se asume P=0.5)

*q: Proporción de personal que rechaza la premisa de la hipótesis (se asume Q= 0.5)

e: Margen de error (se asume 5%)

N: Población.

Unidad Muestral: Relación de clientes que forman parte del mercado objetivo del restaurante

n: Tamaño óptimo de la muestra.

Resolviendo la ecuación se obtiene que:

$$*n = (1.96)^2 (0.5) (0.5) (75) / ((0.05)^2 (50-1) + (1.96)^2 (0.5) (0.5))$$

$$*n = 63 \text{ clientes}$$

De acuerdo a estos datos se encuestarán 63 clientes que asisten al restaurante de Santa Clara - Ate Vitarte y a los 52 trabajadores que laboran en el mismo.

IV.8. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

IV.8.1. Técnica

Se utilizó la encuesta, usada por muchos tipos de investigaciones, como señala Arbaiza (2013), es una técnica en la que se puede confiar, sobre todo cuando se tiene

muestras numerosas, también significa un menor costo en comparación con las entrevistas.

IV.8.2. Instrumento de recolección de datos

La investigación utilizó como instrumento de recolección de datos dos cuestionarios; el primero recoge información relacionada a la motivación laboral y consta de 32 ítems, el segundo recoge información sobre la calidad del servicio y consta de 16 ítems, los cuales nacen de la selección de 07 dimensiones, y cada ítem cuenta con 5 alternativas; cuya elección por parte de quienes apoyaron, fue espontánea, por lo mismo la prueba se hizo de forma personal y sin asignación de un límite de tiempo.

Variables	Técnicas	Instrumentos
Motivación laboral	Encuesta	Cuestionario sobre motivación laboral
Calidad del servicio	Encuesta	Cuestionario sobre calidad del servicio

IV.8.3. Validez de los instrumentos

El Instrumento empleado en la presente investigación fue ratificado mediante la validez de contenido a través del juicio de expertos, cuyo resultado se muestran a continuación.

Tabla N°01

Resultados de la validación de instrumentos

VALIDADOR	GRADO	RESULTADO
Ruiz Bringas, Henry Wilson	Doctor	Aplicable
Dávila Arenaza, Víctor	Doctor	Aplicable
Fuertes Oblitas, Luis Alberto	Doctor	Aplicable
Resultado		Aplicable

Fuente: Elaboración propia en base a la validez de los instrumentos.

La valoración del juicio de expertos demostró como “bueno”, los instrumentos a aplicar, considerándolos como válidos y aplicables, para ambas variables en este trabajo.

IV.8.4. Confiabilidad de los instrumentos

La confiabilidad para el instrumento que mide la motivación laboral y la calidad del servicio se obtuvo con el coeficiente de confiabilidad del Alfa de Cronbach, con un resultado de 0.823 para el cuestionario de la motivación laboral y 0.818 para el cuestionario de la calidad del servicio lo que indica que es altamente confiable para medir ambas variables en un restaurante de Santa Clara en el distrito de Ate Vitarte.

Para ello se realizó una prueba piloto para determinar la confiabilidad del instrumento, seleccionando al azar a 20 trabajadores y 20 clientes que forman parte de las respectivas poblaciones de estudio.

En lo que respecta a la variable motivación laboral se obtuvo una confiabilidad de 82.3%.

Tabla N°02

Alfa de Cronbach para el cuestionario

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,823	32

En referencia a la variable calidad del servicio se obtuvo una confiabilidad de 81.8 %

Tabla N°03

Alfa de Cronbach para el cuestionario

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,818	16

IV.9. Método de análisis de datos

Los datos recogidos en el trabajo se procesaron con métodos estadísticos y descriptivos, en todo momento lo que se pretende es tomar información objetiva de la muestra a la que aplicamos los cuestionarios.

El procedimiento empleado permitió que los datos que se recogieron con la aplicación de los instrumentos, se trabajarán en el Software Estadístico SPSS v. 23; que luego arrojó los datos que utilizamos en el trabajo.

Se hizo un análisis descriptivo, sintetizando y luego elaborando la interpretación, para presentar los resultados a los que se arribó, en tablas y gráficas de barras, una para cada dimensión; esta información detalla el resultado general de los datos obtenidos de la unidad de análisis.

IV.10. Aspectos éticos

Este trabajo se alineó los principios éticos de todo investigador, aceptando el compromiso de utilizar datos reales, así como la obtención de resultados objetivos, preservando en todo momento la identidad de las personas que amablemente accedieron a apoyar la investigación y no habiéndoles generado en ningún momento situaciones que perturben su tranquilidad y comodidad.

V. RESULTADOS

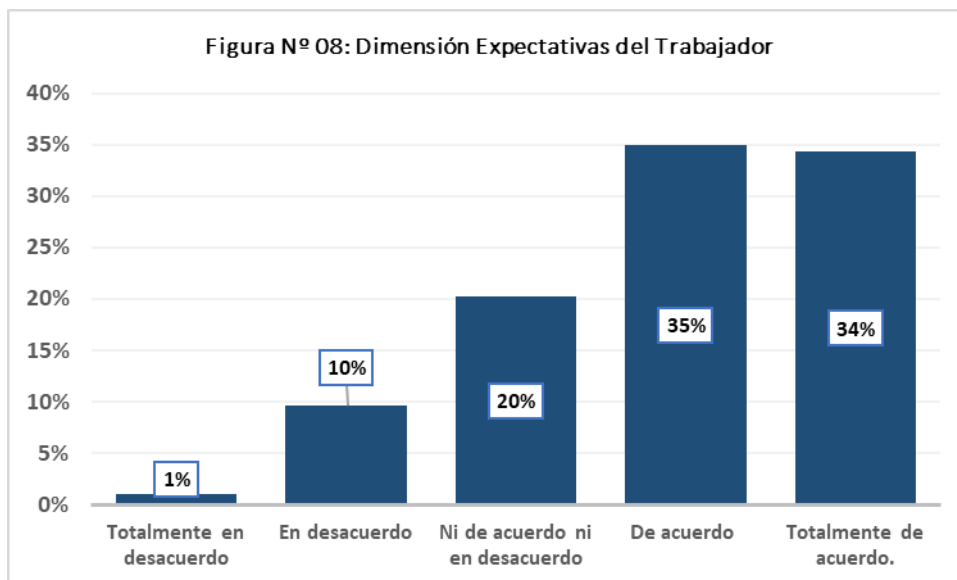
V.1. Análisis descriptivo por dimensiones

A continuación, presento las tablas conteniendo los datos descriptivos por cada dimensión de las variables.

Tabla 04

Dimensión: Expectativas del trabajador

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	1%	1%
En desacuerdo	5	10%	11%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	20%	31%
De acuerdo	18	35%	66%
Totalmente de acuerdo.	18	34%	100%
Total	52	100,00%	



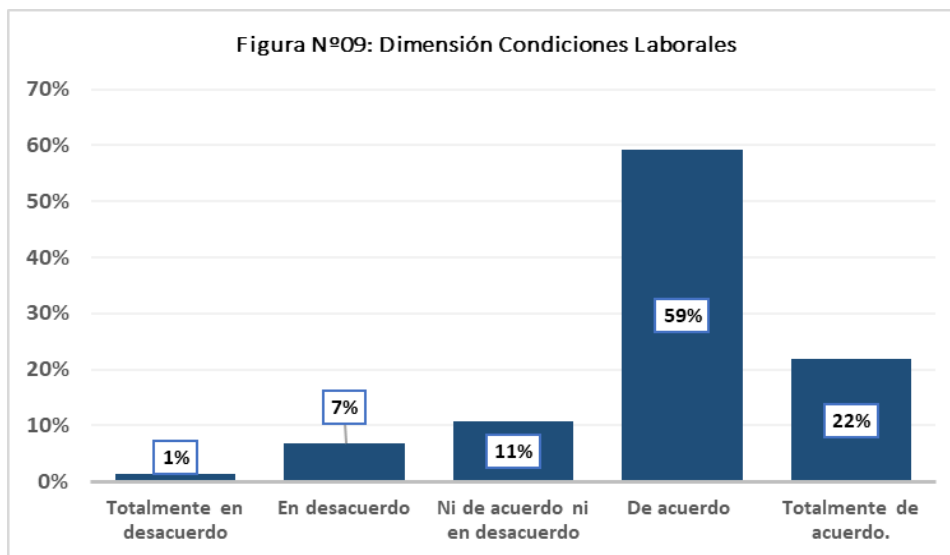
INTERPRETACION: De la tabla 04 se observa que 36 encuestados que representa el 69% del total, mencionan estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con que las expectativas del trabajador se tengan en cuenta como un factor relevante de la motivación laboral. En tanto que el 20% de los trabajadores muestra indiferencia en considerar a las

expectativas de trabajador como un elemento que afecte o beneficie la motivación laboral; y sólo el 11% de los encuestados considera estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en considerar a las expectativas del trabajador como un factor relevante en la motivación laboral.

Tabla 05

Dimensión: Condiciones laborales

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	1%	1%
En desacuerdo	4	7%	8%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	11%	19%
De acuerdo	31	59%	78%
Totalmente de acuerdo.	11	22%	100%
Total	52	100,00%	

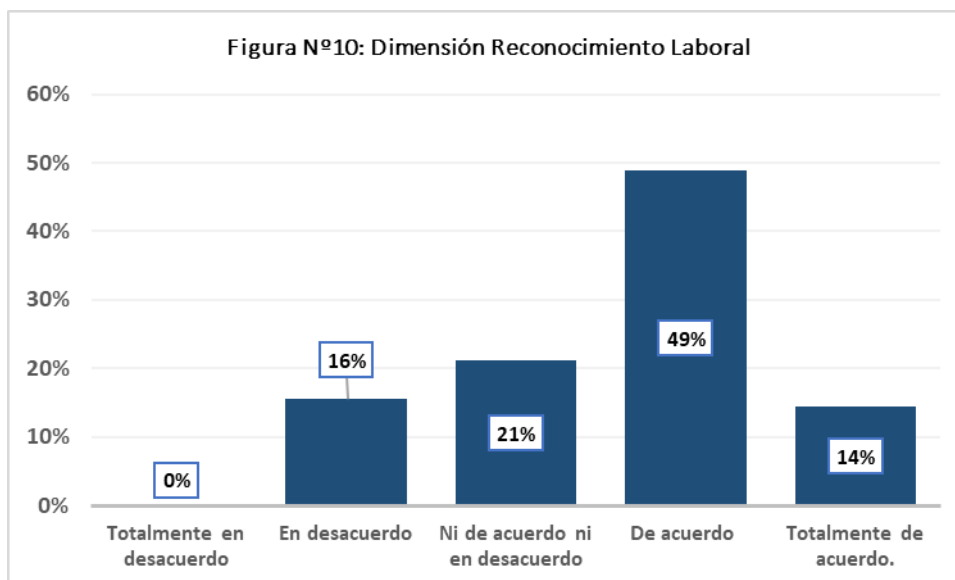


INTERPRETACION: De la tabla 05 se observa que 42 encuestados que representa el 81 del total, sostienen estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con que las condiciones laborales son un factor relevante para alcanzar una apropiada motivación laboral. En tanto que el 11% de los trabajadores muestra indiferencia en considerar a las condiciones laborales como un elemento que afecte o beneficie la motivación laboral; y sólo el 9% de los encuestados considera estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en considerar a las condiciones laborales como un factor relevante de la motivación laboral.

Tabla 06.

Dimensión: Reconocimiento laboral

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0%
En desacuerdo	8	16%	16%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	11	21%	37%
De acuerdo	25	49%	86%
Totalmente de acuerdo.	8	14%	100%
Total	52	100,00%	

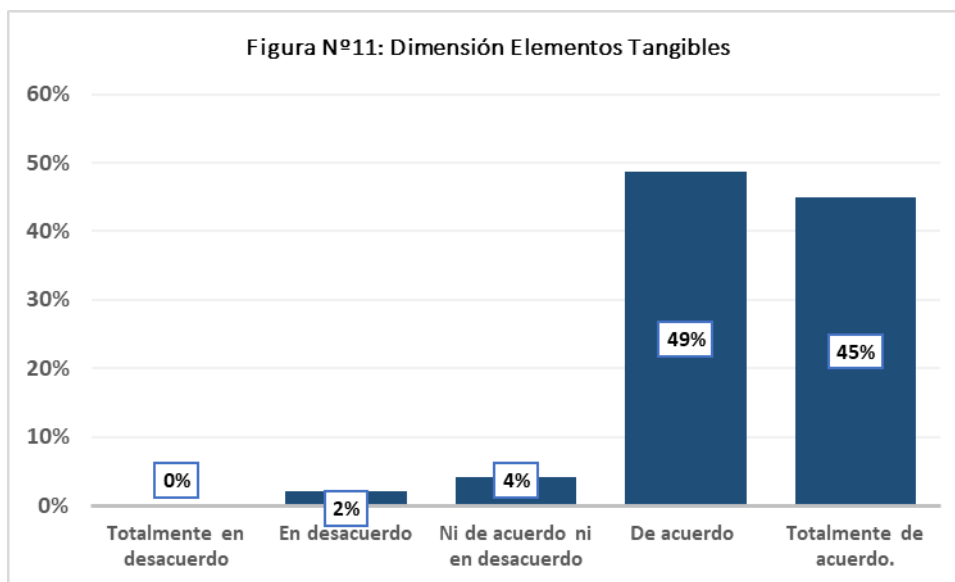


INTERPRETACION: En la tabla 06 se puede apreciar que 33 encuestados que representa el 63% del total, sostienen estar de acuerdo y totalmente de acuerdo con que el reconocimiento laboral es un elemento importante de la motivación laboral. En tanto que el 21% de los trabajadores muestra indiferencia en considerar reconocimiento laboral como un elemento que afecte o beneficie la motivación laboral; y sólo el 16% de los encuestados considera estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en considerar al reconocimiento laboral como elemento importante de la motivación laboral.

Tabla 07.

Dimensión: Elementos tangibles

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0%
En desacuerdo	1	2%	2%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	3	4%	6%
De acuerdo	31	49%	55%
Totalmente de acuerdo.	28	45%	100%
Total	63	100,00%	

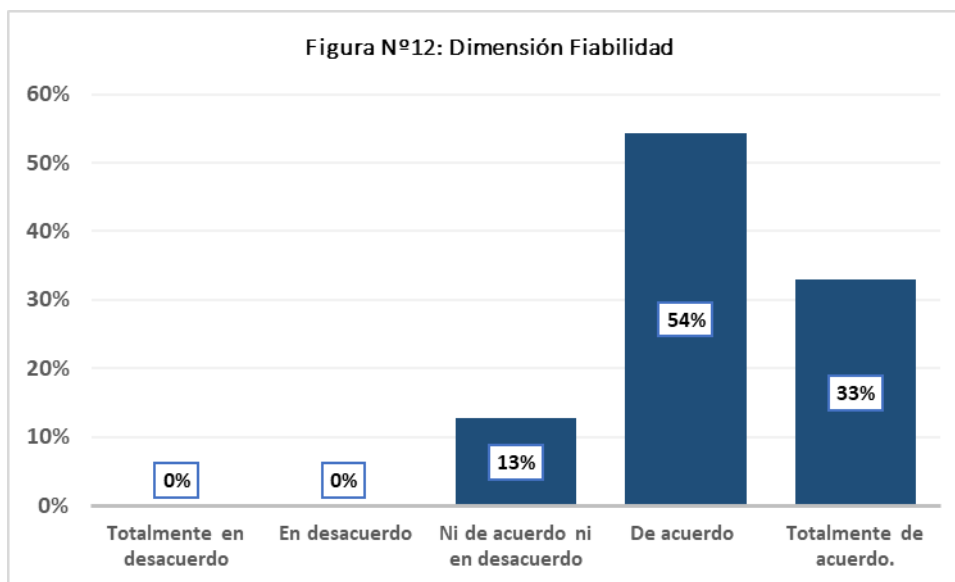


INTERPRETACION: En la tabla 07 se puede apreciar que, de los 63 encuestados 59 clientes, los que representan el 94% del total, sostienen estar de acuerdo y totalmente de acuerdo que los elementos tangibles de la organización constituyen un elemento importante respecto a la calidad del servicio de restaurantes. En tanto que el 4% de los clientes muestra indiferencia en considerar a los elementos tangibles como un elemento importante respecto a la calidad del servicio de restaurantes; y sólo el 2% de los encuestados considera estar en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en considerar este aspecto como elemento importante en la calidad del servicio.

Tabla 08.

Dimensión: Fiabilidad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0%
En desacuerdo	0	0%	0%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	8	13%	13%
De acuerdo	34	54%	67%
Totalmente de acuerdo.	21	33%	100%
Total	63	100,00%	

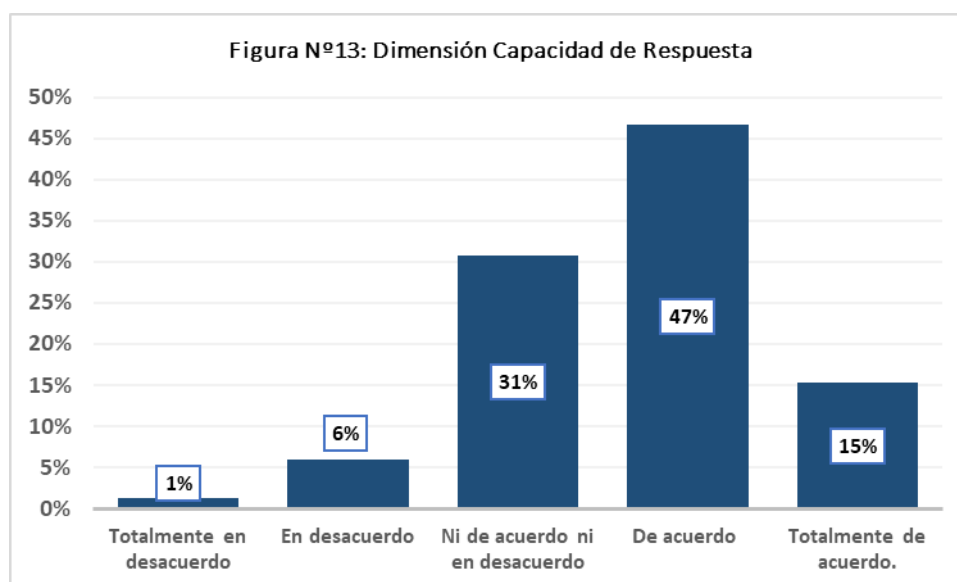


INTERPRETACION: En la tabla 08 se puede apreciar que, de los 63 encuestados 55 clientes, los que representa el 87% del total, sostienen estar de acuerdo y totalmente de acuerdo que la fiabilidad en cuanto al servicio que ofrece la organización constituye un elemento importante respecto a la calidad del servicio de restaurantes. En tanto que el 13% de los clientes muestra indiferencia en considerar a este elemento como un aspecto importante en la calidad del servicio de restaurantes.

Tabla 9.

Dimensión: Capacidad de respuesta

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	1	1%	1%
En desacuerdo	4	6%	7%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	19	31%	38%
De acuerdo	29	47%	85%
Totalmente de acuerdo.	10	15%	100%
Total	63	100,00%	

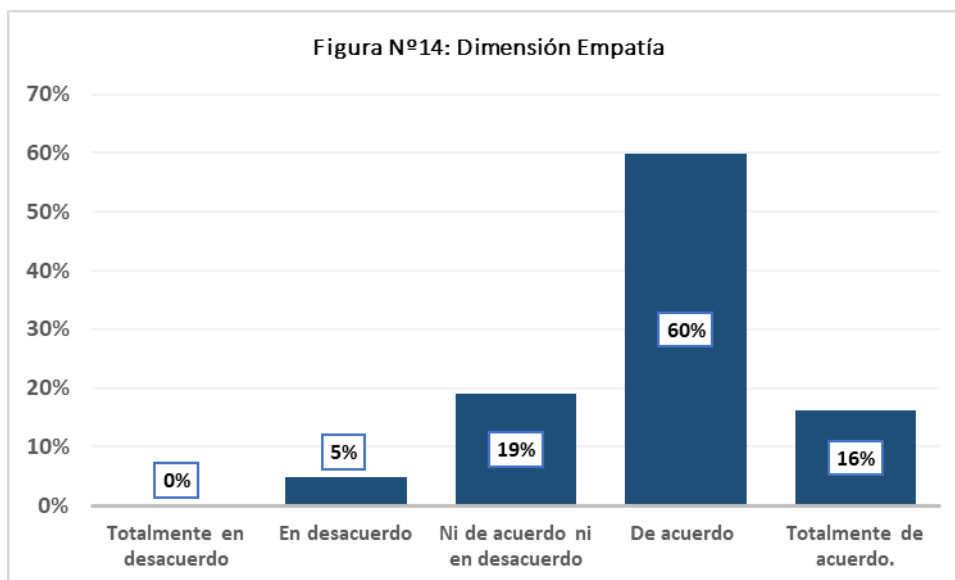


INTERPRETACION: En la tabla 9 se puede apreciar que el 62% del total de encuestados, sostienen estar de acuerdo y totalmente de acuerdo que la capacidad de respuesta de la organización frente a las necesidades de los clientes, constituye un elemento importante respecto a la calidad del servicio de restaurantes. En tanto que el 31% de los clientes mostro su indiferencia en considerar a este elemento como un aspecto importante en la calidad del servicio de restaurantes; y tan sólo el 7% estuvo en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en considerar este aspecto como un elemento importante en cuanto a la calidad del servicio de restaurantes.

Tabla 10.

Dimensión: Empatía

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Totalmente en desacuerdo	0	0%	0%
En desacuerdo	3	5%	5%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	12	19%	24%
De acuerdo	38	60%	84%
Totalmente de acuerdo.	10	16%	100%
Total	63	100,00%	



INTERPRETACION: En la Tabla 10 se puede apreciar que el 76% del total de encuestados, sostienen estar de acuerdo y totalmente de acuerdo que la empatía que muestra el personal de la organización frente a las necesidades de los clientes, constituye un elemento fundamental respecto a la calidad del servicio de restaurantes. En tanto que el 19% de los clientes mostro su indiferencia en considerar a este elemento como un aspecto importante en la calidad del servicio de restaurantes; y tan sólo el 5% estuvo en desacuerdo y totalmente en desacuerdo en considerar este aspecto como un elemento importante en cuanto a la calidad del servicio de restaurantes.

V.2. Prueba de hipótesis

Para la prueba de hipótesis de la investigación en primer lugar veremos si las variables están relacionadas y luego se determinará el tipo de relación que existe entre ambas. Para ello, se hizo

la prueba de correlación de variables, teniendo como parámetros, la tabla de rangos de interpretación de los coeficientes de correlación.

Tabla 11.

Interpretación del coeficiente de correlación de Spearman

De - 0.91 a -1	Correlación muy alta
De - 0,71 a -0.90	Correlación alta
De - 0.41 a -0.79	correlación moderada
De - 0.21 a -0.40	correlación baja
De 0 a -20	correlación prácticamente nula
De + 0.21 a 0.40	correlación baja
De + 0.41 a 0.71	correlación moderada
De + 0,71 a 0.90	Correlación alta
De + 0.91 a 1	Correlación muy alta

Fuente: Bisquerra Alcina, Rafael. (2004) Metodología de la investigación educativa. Madrid: Trilla p.212.

Hipótesis general

H₀. La motivación laboral no tiene una relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.

H₁. La motivación laboral tiene una relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.

Tabla 12

Correlación: motivación laboral y calidad del servicio

Correlaciones

			Motivación laboral	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Motivación laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,791**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	52	63
	Calidad del servicio	Coeficiente de correlación	,791**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	52	63

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

Dado que el $\text{sig} = 0.000 < 0.01$, existe evidencia estadística para rechazar H_0 , entonces se acepta que la motivación laboral tiene relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018, además el $\text{Rho} = 0.791$, el cual nos indica que la relación es positiva alta entre motivación laboral y calidad del servicio.

Hipótesis específica 1:

H_0 : Las expectativas del trabajador del trabajador no tienen relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.

$HE1$: Las expectativas del trabajador tienen relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.

Nivel de Significancia: 0.01

Estadístico de prueba: $\text{Sig} < 0.01$, rechazar H_0

$\text{Sig} > 0.01$, acepta H_0

Tabla 13

Correlación: Expectativas del trabajador y calidad del servicio

		Correlaciones		
			Expectativas del trabajador	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Expectativas del trabajador	Coeficiente de correlación	1,000	,742**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	52	63
	Calidad del servicio	Coeficiente de correlación	,742**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	52	63

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

Dado que el $\text{sig} = 0.000 < 0.01$, existe evidencia estadística para rechazar H_0 , entonces se acepta que la dimensión expectativa del trabajador tiene relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018, además el $\text{Rho} = 0.742$, el cual nos indica que la relación es positiva alta entre las expectativas del trabajador y la calidad del servicio.

Hipótesis específica 2:

H0: Las condiciones laborales no tienen relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.

HE2: Las condiciones laborales tienen relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.

Nivel de significancia: 0.01

Estadístico de prueba: Sig < 0.01, rechazar H0

Sig > 0.01, acepta H0

Tabla 14

Correlación: Condiciones laborales y calidad del servicio

		Correlaciones		
			Condiciones laborales	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Condiciones laborales	Coeficiente de correlación	1,000	,678**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	52	63
	Calidad del servicio	Coeficiente de correlación	,678**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	52	63

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

Dado que el sig = 0.000 < 0.01, existe evidencia estadística para rechazar H0, entonces se acepta que la dimensión condiciones laborales tiene relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018., además el Rho= 0.678, el cual nos indica que la relación es positiva moderada entre las condiciones laborales y la calidad del servicio.

Hipótesis específica 3:

H0: El reconocimiento laboral no tiene relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.

HE3: El reconocimiento laboral tiene relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.

Nivel de significancia: 0.01

Estadístico de prueba: Sig < 0.01, rechazar H0

Sig > 0.01, acepta H0

Tabla 15

Correlación: Reconocimiento laboral y calidad del servicio

		Correlaciones		
			Reconocimiento laboral	Calidad del servicio
Rho de Spearman	Reconocimiento laboral	Coeficiente de correlación	1,000	,844**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	52	63
	Calidad del servicio	Coeficiente de correlación	,844**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	52	63

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

Dado que el sig = 0.000 < 0.01, existe evidencia estadística para rechazar H0, entonces se acepta que la dimensión reconocimiento laboral tiene relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018, además el Rho= 0.844, el cual nos indica que la relación es positiva alta entre el reconocimiento laboral y la calidad del servicio.

VI. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

VI.1. Discusión

El talento humano constituye uno de los pilares de mayor relevancia en los procesos de atención a clientes, con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad, en ese sentido, es la motivación laboral una variable preponderante en el comportamiento de todo ser humano, pues esta va a modificar de alguna manera el crecimiento personal y profesional de los colaboradores. En tal sentido, de la investigación realizada se desprende que, la motivación laboral tiene una relación directa y significativa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte; donde son evidentes las expectativas del trabajador, condiciones laborales y el reconocimiento laboral para realizar las diferentes actividades que apuntan al logro de las metas que la organización plantea, en la búsqueda de la calidad del servicio que se ofrece.

Según la investigación realizada por Velázquez (2015), cuyo objetivo general fue determinar en que medida la gestión de la motivación laboral influye en la productividad de las empresas industriales del sector pesquero en el distrito de Chimbote, en el año 2013. Los principales resultados obtenidos determinaron que el 57.50% de los encuestados se encontraban insatisfechos con los incentivos económicos que las empresas ofrecían, mientras que el 100% mostraba satisfacción en cuanto al área y ambiente de trabajo y un 76.11% se encontraba satisfecho por el desarrollo profesional y oportunidades que las empresas brindaba. Es así que las principales conclusiones obtenidas mostraron que las empresas en análisis carecen de un área encargada de la motivación al trabajador, que no se han implementado herramientas y estrategias de motivación laboral, y no existe reconocimiento al esfuerzo laboral de los trabajadores. A razón de ello, se termina por comprobar la hipótesis formulada, toda vez que la ausencia de estrategias motivacionales provoca insatisfacción laboral en la mayoría del personal, con impactos en la productividad.

Del mismo modo, la presente investigación buscó determinar la relación que existe entre la motivación laboral y la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara en Ate, 2018, para lo cual se apoyó en el coeficiente de correlación de Spearman, basada en la información recogida mediante el instrumento de recolección de datos (cuestionarios de motivación laboral y cuestionarios de calidad en el servicio), coeficiente que se estimó en 0.791, lo que conlleva a determinar que la motivación laboral y la calidad del servicio tienen una relación directa y moderada del 79%. Esto a razón de que los colaboradores del restaurante se encuentran identificados con muchas de las políticas de motivación que la empresa de alguna manera ha venido implementando a lo largo del tiempo, sin embargo, se considera necesario fortalecer algunos puntos relacionados a las expectativas del colaborador y el reconocimiento

por el trabajo que realiza para que la empresa pueda alcanzar sus objetivos en relación directa con la calidad del servicio que se ofrece.

Por otro lado Muñoz (2017), desarrolló su investigación, con el propósito de analizar la calidad del servicio que brinda el personal del Hotel Perla Verde de Esmeraldas, la cual arrojó como principales problemas, la deficiencia en los procedimientos de tipo administrativo del hotel, convirtiéndose en una traba para brindar una atención rápida a los huéspedes que visitan el establecimiento, así mismo el limitado compromiso y responsabilidad asumidos por los trabajadores, los que al entregar el servicio no consideran en éste trabajo la relevancia debida y ello se refleja en la mala atención. La investigación propone elaborar un plan de mejora para potencializar el nivel de desempeño laboral y consecuentemente incrementar la calidad del servicio en el Hotel Perla Verde de Esmeraldas, el mismo que permitirá cumplir las metas y objetivos que mantiene la organización, conminando al personal a que se mantenga comprometido y motivado en el desarrollo de la entrega del servicio con calidad total. Se utilizó método descriptivo, exploratorio, científico inductivo-deductivo, los cuales permitieron establecer reglas y obtener resultados a través del proceso que lo caracteriza. En la investigación el 53% de los colaboradores manifestaron que no se cumplen con los procedimientos de servicios requeridos por el hotel, debido a que no hay un control o monitoreo del desarrollo de sus actividades. El factor más crítico y que además ocasionó que no se brinde un servicio de calidad, es la falta de compromiso y responsabilidad de los empleados; además que existe una limitada actuación de ellos para cumplir con el servicio dentro de los tiempos establecidos como parte de sus procedimientos.

En razón a ello, la presente investigación buscó determinar la relación que existe entre las condiciones laborales y la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018, en el que se concluyó que la existencia de una moderada correlación directa entre ambas variables con un Rho Spearman de 68%. Este indicador, nos permite mencionar en la línea de los resultados de la investigación tomada que las condiciones laborales adecuadas para el trabajador deberían elevar su compromiso, así como su baja actuación en las responsabilidades, ya que de esta manera mejoraría la relación empleado, con lo cual la organización podría consolidar su posición a través de la percepción de un servicio con mayor calidad para sus clientes.

Por su parte, Enríquez (2014), en su investigación titulada Motivación y desempeño laboral de los empleados del instituto de la Visión en México, cuyo objetivo fue conocer si el desempeño laboral está directamente relacionado con los factores motivacionales que se ofrecen a los colaboradores en el Instituto de la Visión de Montemorelos; la investigación fue de tipo cuantitativa, descriptiva, explicativa, correlacional, de campo y transversal, cuya población de estudio estuvo compuesta

por 164 empleados, concluyó que el grado de motivación laboral tiene una influencia positiva y significativa en grado fuerte en el desempeño laboral de los empleados, es decir que, existe una relación directamente proporcional entre ambas variables, donde a mayor motivación, mayor o mejor desempeño laboral de los empleados. En función a ellos se recomienda, el rol preponderante de la comunicación de los jefes con los colaboradores, que les permitirá hacerles saber qué aspectos de su desempeño puede mejorar, así como crear planes de acción para mantener motivado al personal y hacerles seguimiento mediante la aplicación de evaluaciones para medir su rendimiento e identificar áreas a mejorar, desarrollando habilidades personales y profesionales.

Se coincide con Enríquez, teniendo en cuenta la correlación alta del 74% que existe entre las expectativas del trabajador y la calidad del servicio. Además, se coincide en que el grado de motivación se relaciona con en el nivel de desempeño de los trabajadores, es decir que, entre mayor sea la motivación, más alto será el desempeño laboral de los empleados y en consecuencia mayor su contribución en un servicio del calidad en la organización, por lo que se recomienda, la importancia de una comunicación horizontal de los jefes con los colaboradores, así como crear planes de acción para mantener motivado al personal y hacerles seguimiento mediante la aplicación de evaluaciones para medir su rendimiento e identificar áreas a mejorar, desarrollando habilidades personales y profesionales.

De acuerdo con la investigación de Oliva (2015), en Motivación y desempeño laboral de los trabajadores del hospital Víctor Larco Herrera, Lima-Perú 2015, el cual tuvo como objeto, describir cuál es la motivación y el desempeño laboral de los trabajadores de un hospital; la misma concluye en que, la motivación y el desempeño laboral de los trabajadores se encuentran relacionados positiva y significativamente, es decir, con nivel de motivación alto, el desempeño es alto y el trabajo es eficiente. En tal sentido los resultados coinciden con el objetivo específico de la presente investigación pues esta busca determinar la relación que existe entre el reconocimiento laboral y la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, cuya correlación directa del 84%, nos indican que relación es positiva alta entre el reconocimiento laboral y la calidad del servicio. Así mismo se toman en cuenta las recomendaciones relacionadas con que los directivos deben involucrarse en el desarrollo de programas que propicien la motivación de sus colaboradores, mejorando su productividad la cual se verá reflejada en la calidad de atención a los usuarios del servicio, así mismo, incentivar el reconocimiento del personal con estímulos como diplomas, felicitaciones o premios, que generará un sentido de pertenencia a la organización, elevando su rendimiento laboral.

VI.2. Conclusiones

La investigación demostró que la motivación laboral tiene una relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018; habiéndose calculado un coeficiente de correlación Rho de Spearman 0.791, lo que representa un nivel de correlación positiva alto. En efecto, mientras más motivado se encuentre el personal, mejor será la actitud y compromiso con el que desarrollen sus actividades laborales, lo cual definitivamente se hará tangible cuando brinden la atención a los comensales que acuden al restaurante, anticipando sus necesidades, atendiéndoles dentro de los tiempos establecidos y brindándoles asesoría en la elección de su experiencia gastronómica (alimentos y bebidas).

Por otro lado, se demuestra que las expectativas del trabajador tienen relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018; habiéndose calculado un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.742, lo que representa un nivel de correlación positiva moderada. Con respecto a este punto, se evidencia que si bien los colaboradores se sienten involucrados en la participación activa para el logro de los objetivos institucionales, este es un aspecto el cual se debe fortalecer y trabajar más para elevar esa sensación de seguridad y comodidad en centro laboral, siendo los más beneficiados los comensales, pues el personal estará en capacidad de brindarles un mejor servicio, asumiendo cualquier responsabilidad como suya, buscando siempre la manera de ofrecer la mejor atención, porque pueden y porque están convencidos de poder hacerlo bien.

Igualmente se demuestra que las condiciones laborales tienen relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018.; habiéndose calculado un coeficiente de correlación Rho de Spearman de 0.678, lo que representa un nivel de relación positiva moderada. Esto demuestra que mientras que a los colaboradores se les brinde las facilidades y condiciones necesarias en el trabajo, tendrán un mejor performance durante su jornada laboral, sintiéndose seguros y estimulados para brindar atención con estándares de calidad altos a los clientes.

Finalmente se demuestra que el reconocimiento laboral tiene relación directa con la calidad del servicio en un restaurante de Santa Clara – Ate Vitarte, 2018; habiéndose calculado un coeficiente de correlación Rho de Spearman 0.844, lo que representa un nivel de correlación positiva alta. Mientras más motivado este nuestro personal mejor será la atención que brinden a nuestros clientes. Es necesario siempre hacerles sentir lo importante que es su trabajo para el logro de los objetivos, es decir que cuando comprenden la significancia y reconocimiento por parte de sus compañeros o superiores demuestran total predisposición al servir a los comensales.

VI.3. Recomendaciones

Es importante tener en cuenta que los empleados son tan o más importantes incluso que nuestros propios clientes, pues sin ellos no podríamos ofrecer experiencias de calidad a nuestros consumidores y lograr los objetivos que como empresa nos hemos planteado, en este sentido, elevar la motivación en ellos es uno de los principios que nos asegurarán la efectividad en el trabajo y por ende la calidad del servicio, es así que a partir de los resultados obtenidos en la presente investigación se estima una correlación alta entre la motivación laboral y la calidad del servicio, por lo que se recomienda la creación y ejecución de una política integral de gestión del talento humano orientado al logro de resultados pero con énfasis en las estrategias de motivación al personal, la cual debe contar con un conjunto de actividades que involucren las expectativas del trabajador, las mejores condiciones laborales y políticas de reconocimiento laboral, con un enfoque en la calidad del servicio, que busque sobre todo satisfacción de las necesidades y expectativas de los clientes del restaurante.

En relación a las expectativas del trabajador y la calidad del servicio, con los resultados de la investigación se recomienda considerar en todo momento la opinión de los empleados a través de encuestas que permitan obtener información útil y enfocada sobre las medidas a adoptar, quienes mejor que ellos que con su experiencia y contacto directo con el cliente para sugerir ideas que aporten al éxito del negocio. Así mismo se sugiere también, mantener una comunicación fluida entre empleados y la alta directiva, dado que permitirá a los trabajadores del restaurante conocer que están haciendo bien y que podrían mejorar. Otra oportunidad a mejorar es la de brindarles la posibilidad de crecer profesionalmente, a través de un entrenamiento constante, dividido en niveles y enfocado a las necesidades reales que requieren fortalecer, en las diferentes áreas de servicio en el restaurante, ofreciéndoles la oportunidad de aspirar a promociones por su buen desempeño y conocimiento de todos los procedimientos.

En referencia a las condiciones laborales y la calidad del servicio, la investigación demostró la existencia de una correlación positiva moderada entre ambas variables por lo que se recomienda el establecimiento de metas realistas y claras, para que los empleados sientan que realmente pueden cumplir con las tareas asignadas. El personal debe conocer exactamente hacia qué objetivos debe enfocar su trabajo, que es lo que se espera de ellos y que deben realizar de manera específica. Además de un adecuado proceso de departamentalización en la que las fortalezas de cada trabajador deben orientarse correctamente, es decir cada uno debe ocupar la posición que le corresponde de acuerdo al perfil que tiene, así como sus habilidades. Además de facilitar los recursos necesarios, para que a todos se les asignen las herramientas necesarias para cumplir sus funciones en el restaurante.

Por último, la investigación arrojó una correlación alta entre el reconocimiento laboral y la calidad del servicio, por lo que en este aspecto se recomienda brindar a los colaboradores del restaurante la posibilidad de crecer profesionalmente con la empresa, a través de programas de capacitación constante. Por otro lado, ofrecer un programa incentivos salariales tales como bonos a los trabajadores, pequeños incentivos en fechas especiales, y los no salariales como, días de licencia con goce en fechas especiales, atenciones preferentes en días especiales o festivos a los trabajadores y sus familias dentro de las instalaciones del restaurante, todo ello a efectos de propiciar la identificación de los trabajadores de restaurante.

LISTA DE REFERENCIAS

- Arbaiza, L. (2013). *Cómo elaborar tesis de grado*. (1era edición). Perú: Ediciones Esan.
- Aragón, P. (2014). *El empowerment y el desempeño laboral en los restaurantes turísticos de la ciudad de Huaraz en el año, 2014*. (para optar el grado académico de maestra en Marketing Turístico y Hotelero).
- Recuperado de:
- http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/4697/ARAGON_O_P.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Beraún, M. (2016). *Percepción de la calidad del servicio de un hotel tres estrellas en el distrito de Independencia, 2016*. (para optar el grado académico de maestra en Administración de Negocios – MBA.)
- Recuperado de:
- http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/13843/Bera%C3%BA_n_BMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ra edición). Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Boland, L., Carro, F., Stancatti, M., Gismano, Y. y Banchieri, L. (2007). *Funciones de la administración*. (1era edición). Argentina: Editorial de la Universidad Nacional del Sur.
- Enríquez, P. (2014). *Motivación y desempeño laboral de los empleados del Instituto de la visión en México*. (para optar el grado de maestra en Administración.)
- Recuperado de:
- <http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/bitstream/handle/20.500.11972/99/TESIS%20FINAL%20paty%20definitiva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fernández, E. (2010). *Administración de empresas: Un enfoque interdisciplinar*. (1era edición). España: Paranif. S.A.
- Ferrando, M. y Granero, J. (2005). *Calidad total: Modelo EFQM de la excelencia*. (2da edición). España: FC Editorial.
- Fontalvo, T. y Vergara, J. (2010). *La gestión de la calidad en los servicios ISO 9001: 2008*. (1era edición). España: Eumed – Universidad de Málaga.

García, J. y García, J. (2016). *Gestión de ventas y equipos comerciales*. (1era edición). España: RAMA.

Gómez, F., Vilar, J., Tejero, M. (2003). *Seis Sigma*. (2da edición). España: FC Editorial.

González, M. (2006). *Habilidades directivas*. (1era edición). España: Innovación y Cualificación S.L.

Guajardo, E. (2008). *Administración de la calidad total: conceptos y enseñanzas de los grandes maestros de la calidad*. (5 reimpresión). Méjico: Editorial Pax México.

Gutiérrez, E. (2014). *La cultura organizacional como factor que influye en la motivación laboral de los trabajadores del área operativa en una empresa de transporte aéreo*. (para optar el grado de Magíster en Administración).

Recuperado de:

<http://bdigital.unal.edu.co/46665/1/940886.2014.pdf>

León, M. y Díaz, E. (2013). *Recursos humanos y dirección de equipos en restauración*. (1era edición). España: Ediciones Praninfo, S.A.

León, Y. (2015). *Gestión del talento humano en la motivación laboral de los trabajadores en las microempresas de Lima este, 2015*. (para optar el grado académico de doctor en Administración.)

Recuperado de:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/18776/Le%c3%b3n_GY.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Linares, J. (2017). *Motivación laboral y desempeño laboral en el centro de salud la Huayrona 2017*. (para optar el grado académico de maestra en Gestión de servicios de la Salud.)

Recuperado de:

http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/9005/Linares_MJS.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Liza, C. y Siancas, C. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente en una entidad bancaria de Trujillo, 2016* (para optar el grado maestro en Administración de Empresas).

Recuperado de:

<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/10969/Liza%20Soriano%20de%20Silva%20Claudia%20Milsa%20-%20Siancas%20Ascoy%20Cecilia%20de%20Lourdes.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

López, D. (2018). *Calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*. (para optar el grado de maestro en Administración de Empresas.)

Recuperado de:

<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>

Martínez, A y Gabarda, L (2009). *Formación y orientación laboral: Gestión administrativa*. (6ta edición). España: DIDOT S.A.

Martínez, M. (2013). *La Gestión Empresarial: Equilibrado objetivos y valores*. (2da edición). España: Ediciones Díaz de Santos, S.A.

Mayén, I. (2014). *Motivación y satisfacción laboral de los obreros adventistas de la unión de Guatemala*. (para optar el grado de maestro en Administración.)

Recuperado de:

<http://dspace.biblioteca.um.edu.mx/xmlui/bitstream/handle/20.500.11972/103/Tesis%20Leonel%20Alejandro%20May%C3%A9n%20L%C3%B3pez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Mendoza, V. (2015). *Calidad en servicio y satisfacción del cliente en restaurantes de La Paz, Baja California Sur* (para optar el grado de Doctor en Ciencias Administrativas).

Recuperado de:

<file:///C:/Users/user/Downloads/CALIDAD EN EL SERVICIO EN RESTAURANTES D.pdf>

Miranda, F., Chamorro, A. y Rubio, S. (2007). *Introducción a la gestión de la calidad*. (1era edición). España: Delta Publicaciones.

Montilla, G. (2018). *Clima organizacional y su influencia en la motivación laboral en el departamento de control de estudios del Centro de Formación Regional de la (Universidad Nacional Experimental de la Seguridad) – Carabobo*. (para optar el grado de maestra en Gerencia Avanzada en Educación.)

Recuperado de:

<http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/8210/gmontilla.pdf?sequence=2>

Muñoz, G. (2017). *Análisis de la calidad del servicio del hotel Perla Verde de la ciudad de Esmeraldas* (para optar el grado de Magíster en Administración de Empresas mención Planeación). Recuperado de:

<https://repositorio.pucese.edu.ec/bitstream/123456789/1116/1/MU%C3%91OZ%20BENAVIDES%20GIRA.pdf>

Nizama, G. (2018). *La calidad percibida del servicio hotelero y su relación en la percepción del cliente, Miraflores, 2017. Caso: hotel de 3 estrellas León de Oro Suites, área de front desk* (para optar el grado académico de maestra en Marketing Turístico y Hotelero). Recuperado de:
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3809/nizama_rgc.pdf;jsessionid=D0102C7B68C05A5D2F85FCCF1D8CEAF9?sequence=1

Montilla, G. (2018). *Clima organizacional y su influencia en la motivación laboral en el departamento de control de estudios del Centro de Formación Regional de la (Universidad Nacional Experimental de la Seguridad) – Carabobo.* (para optar el grado de maestra en Gerencia Avanzada en Educación.) Recuperado de:
<http://mriuc.bc.uc.edu.ve/bitstream/handle/123456789/8210/gmontilla.pdf?sequence=2>

Pelaes, V. y Rodríguez, C. (2018). *Calidad de servicio desde la perspectiva del cliente: Análisis de casos en el restaurante Pikeos S.A.C periodo Abril – Julio 2018.* (para optar el grado académico de maestro en Dirección Estratégica del Factor Humano.) Recuperado de:
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625555/PelaesC_V.pdf?sequence=12&isAllowed=y

Pérez, J. (1994). *Gestión de la calidad empresarial: Calidad en los servicios y atención al cliente. Calidad total.* (1era edición). España: ESIC Editorial.

Ramírez, V. (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del usuario del área de farmacia del hospital Santa Gema de Yurimaguas, 2016.* (para optar el grado académico de magister en Gestión Pública.) Recuperado de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/1797/ramirez_sv.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Ratto, P. (2017). *Las estrategias motivacionales y el desempeño de los empleados del área de recepción caso: hotel Sheraton Lima and convention center, 2017”* (para optar el grado académico de maestra en Gestión de empresas turísticas y hoteleras). Recuperado de:
http://200.37.16.212/bitstream/handle/usmp/4529/ratto_gpl.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Robbins, S. (2004). *Comportamiento organizacional*. (10ª edición). Estados Unidos de Norteamérica: Pearson Educación.

Santamaría, G. (2016). *Estrategias motivacionales y su influencia en el desempeño de los empleados del área de cocina de restaurantes turísticos del centro de Quito*. (para optar el grado de Magíster en gestión del talento humano).

Recuperado de:

http://192.188.51.77/bitstream/123456789/17603/1/68206_1.pdf

Setó, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. (1era edición). España: ESIC Editorial.

Sierra, K. (2015). *Calidad del servicio como inductor de valor económico en el sector hotelero estudios de casos en el Municipio de Riohacha, La Guajira*. (para optar el título de maestro en Administración Financiera.)

Recuperado de:

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/7490/KarenNahyr_SierraOrtiz_2015.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Solorzano, G. y Aceves, J. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas*. En *revista del departamento de contaduría y finanzas del Instituto Tecnológico de Sonora*. Méjico: 2da edición, p.4.

Recuperado de:

<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>.

Torres, I., Rodríguez, J. y Gonzáles, P. (2019). *Calidad del servicio ofrecido por AFP reservas en la ciudad de Santiago en el periodo Enero - Abril 2019*. (para optar el grado de maestro en Mercadeo con mención en Gerencia de Mercadeo.)

Recuperado de:

<http://rai.uapa.edu.do:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/563/CALIDAD%20DEL%20SERVICIO%20OFRECIDO%20POR%20AFP%20RESERVAS%20EN%20LA%20CIUDAD%20ODE%20SANTIAGO%20EN%20EL%20PER%20c3%8dODO%20ENERO%20-%20ABRIL%202019.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vara, A. (2015). *Los 7 pasos para elaborar una tesis*. (1era edición). Perú: Macro EIRL.

Velásquez, N. (2015). *Gestión de motivación laboral y su influencia en la productividad de las empresas industriales en Chimbote*. (para optar el grado de doctor en Contabilidad y Finanzas).

Recuperado de:

<http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5994/Tesis%20Doctorado%20-%20Nazareth%20Vel%20c3%a1squez%20Peralta.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

APÉNDICE

Anexo N° 01: Instrumento para la variable I.

Cuestionario para medir la motivación laboral de los trabajadores de un restaurante en Santa Clara Ate Vitarte 2018.

El presente instrumento es de carácter anónimo; tiene como objetivo conocer el nivel motivación laboral que le brinda su puesto de trabajo a fin de elaborar un sistema de estrategias para mejorar los niveles de satisfacción para contribuir a la mejora de la calidad del servicio.

Por ello se le solicita responda los siguientes enunciados con veracidad y siga las siguientes instrucciones.

INSTRUCCIONES:

Marca con un aspa "x" la alternativa de tu parecer. Tener en cuenta: (1) **Totalmente en desacuerdo**, (2) **En desacuerdo**, (3) **Ni de acuerdo ni en desacuerdo**, (4) **De acuerdo** y (5) **Totalmente de acuerdo**.

N°	Preguntas	1	2	3	4	5
EXPECTATIVAS DEL TRABAJADOR						
1	Ha participado usted de reuniones para la elaboración de políticas o planes de la empresa.					
2	Consideran su opinión para la toma de decisiones dentro de la empresa.					
3	Conoce los objetivos institucionales de la empresa.					
4	Conoce los objetivos y responsabilidades de su puesto de trabajo.					
5	Espera aprender cosas nuevas en el ámbito laboral.					
6	Su trabajo le permite desarrollar sus talentos y capacidades.					
7	Espera usted recibir un ascenso.					
8	Espera usted mayor libertad en el ámbito laboral.					
9	El restaurante lo capacita y entrena para realizar las funciones de su puesto de trabajo.					
10	Le interesaría obtener nuevas habilidades y conocimientos para el desarrollo de su trabajo.					
11	Su sueldo es bueno en relación a la labor que realiza.					
12	Su trabajo cumple con sus expectativas económicas.					
CONDICIONES LABORALES						
13	Las condiciones de trabajo, en el restaurante, son seguras (no representan riesgos para la salud).					
14	Se siente tranquilo de trabajar en un ambiente seguro.					
15	El ambiente donde trabaja es confortable.					
16	La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de sus labores.					
17	Se siente bien con la estabilidad en su empleo.					
18	Se siente bien con el nivel de vida que le brinda lo que gana.					
19	Las horas trabajadas son las adecuadas.					
20	El esfuerzo de trabajar horas extras es reconocido.					
21	Puede participar en las decisiones que afectan a su trabajo.					
22	En su ausencia hay flexibilidad para que otros asuman sus tareas.					
23	La relación que tiene con sus superiores es cordial.					
24	Le agrada trabajar con sus compañeros.					
RECONOCIMIENTO LABORAL						
25	Lo felicitan por el trabajo que realiza.					
26	Cuando los objetivos son alcanzados o superados, su contribución es reconocida.					
27	Tiene beneficios de descuento en consumos o convenios con otras empresas.					
28	Los programas de beneficios son buenos en comparación con los de otras empresas de restaurantes.					
29	Se siente bien con los incentivos que obtiene por el cumplimiento de objetivos.					
30	Recibe información de cómo desempeña su trabajo.					
31	Se siente bien con el reconocimiento que obtiene por el trabajo bien hecho.					
32	Siente que su trabajo es reconocido por sus compañeros y jefes.					

Anexo N° 02: Instrumento para la variable II.

Cuestionario para medir la calidad del servicio de un restaurante en Santa Clara Ate Vitarte 2018.

El presente instrumento es de carácter anónimo; tiene por objetivo evaluar la calidad de servicio ofrecido por un restaurante en Sana Clara Ate Vitarte 2018.

Por ello se le solicita responda los siguientes enunciados con veracidad y siga las siguientes instrucciones.

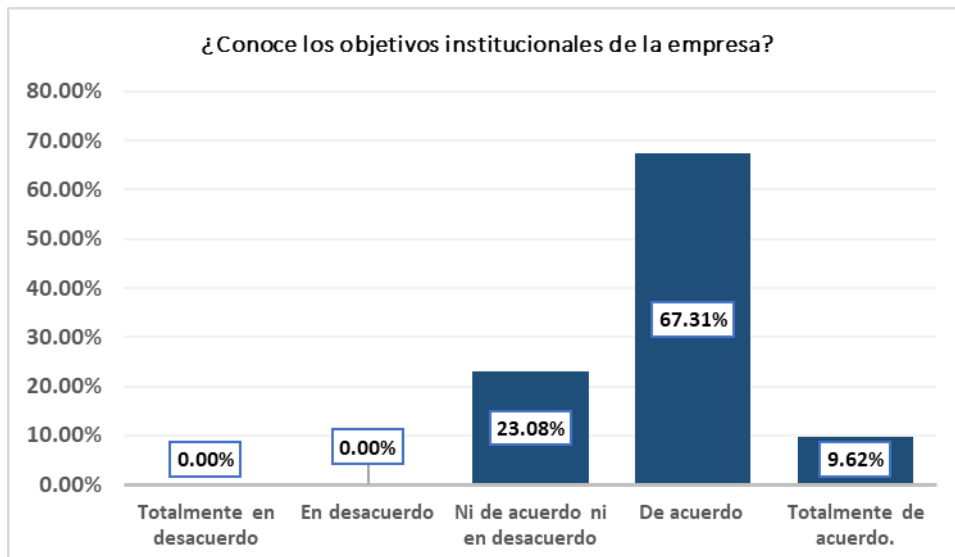
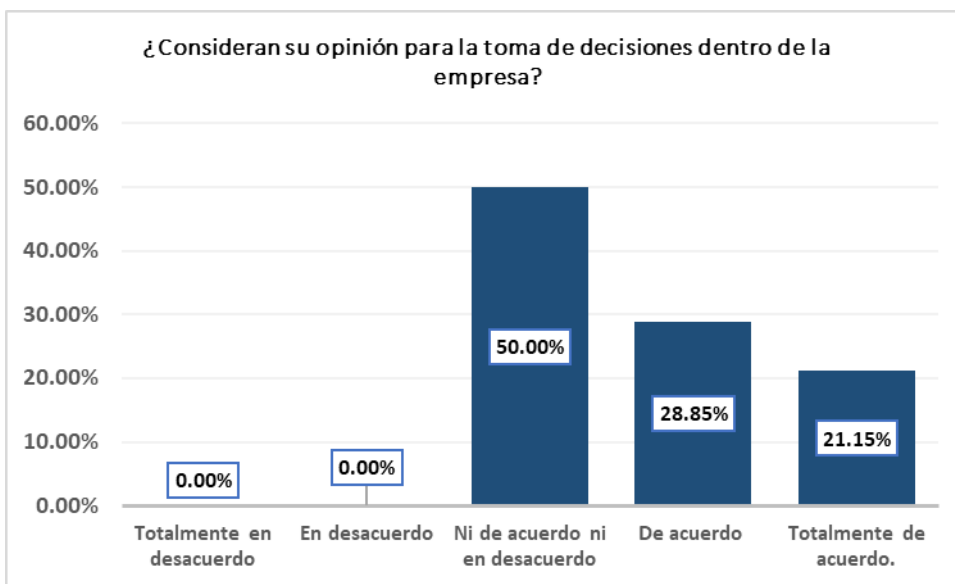
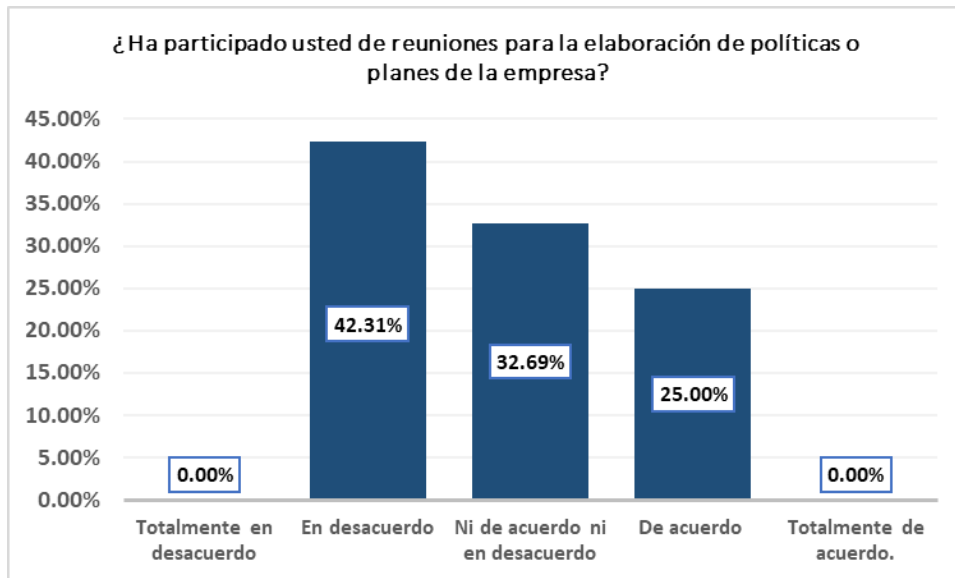
INSTRUCCIONES:

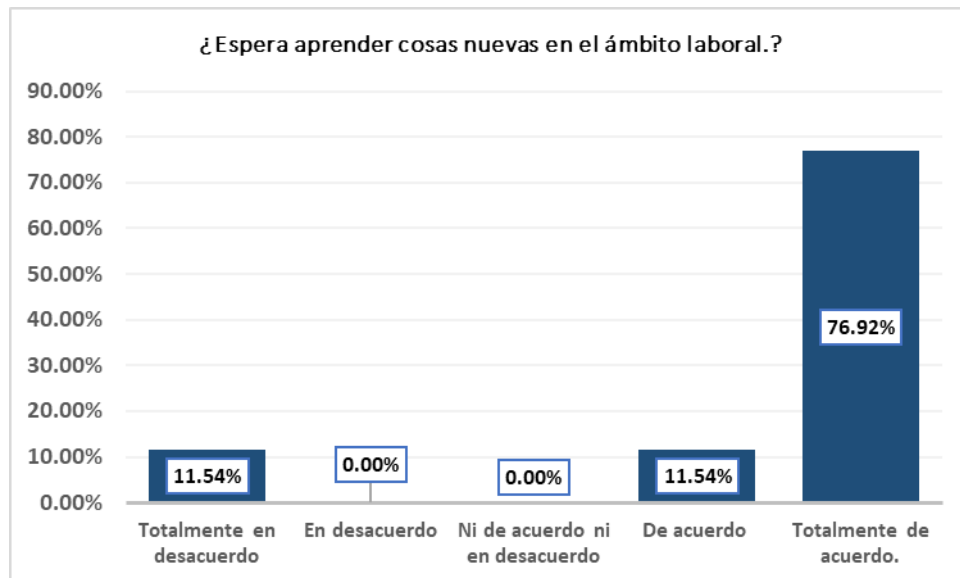
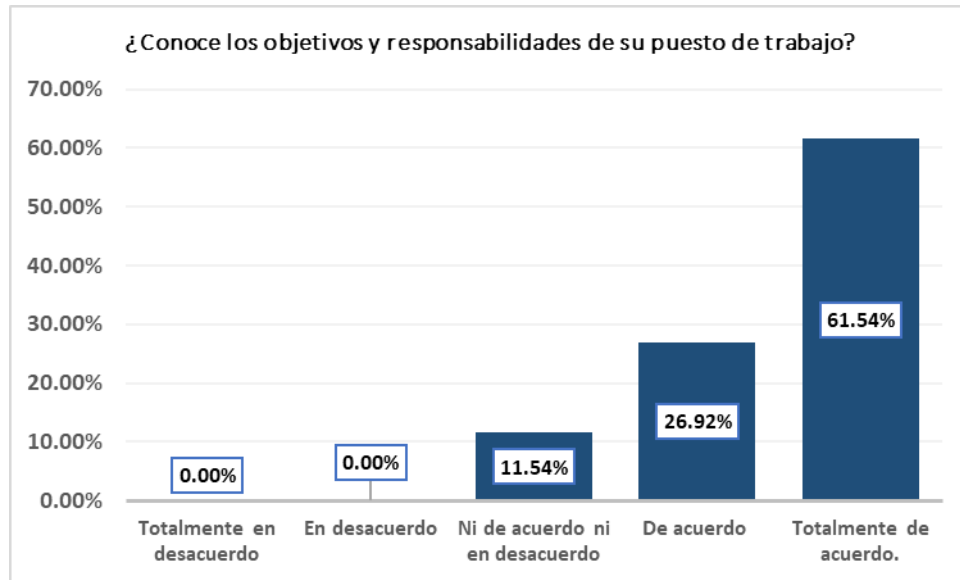
Marca con un aspa "x" la alternativa de tu parecer. Tener en cuenta: **(1) Totalmente en desacuerdo**, **(2) En desacuerdo**, **(3) Ni de acuerdo ni en desacuerdo**, **(4) De acuerdo** y **(5) Totalmente de acuerdo**.

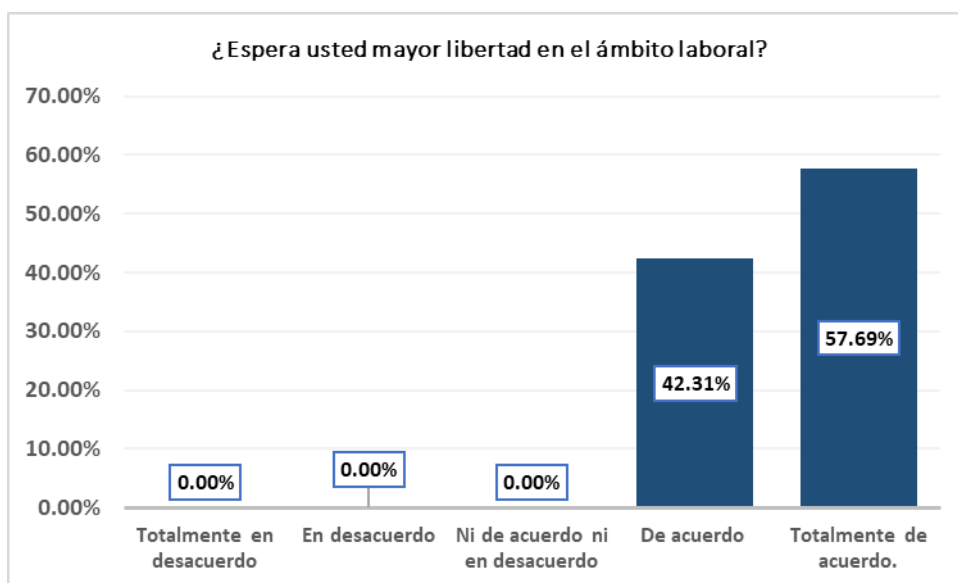
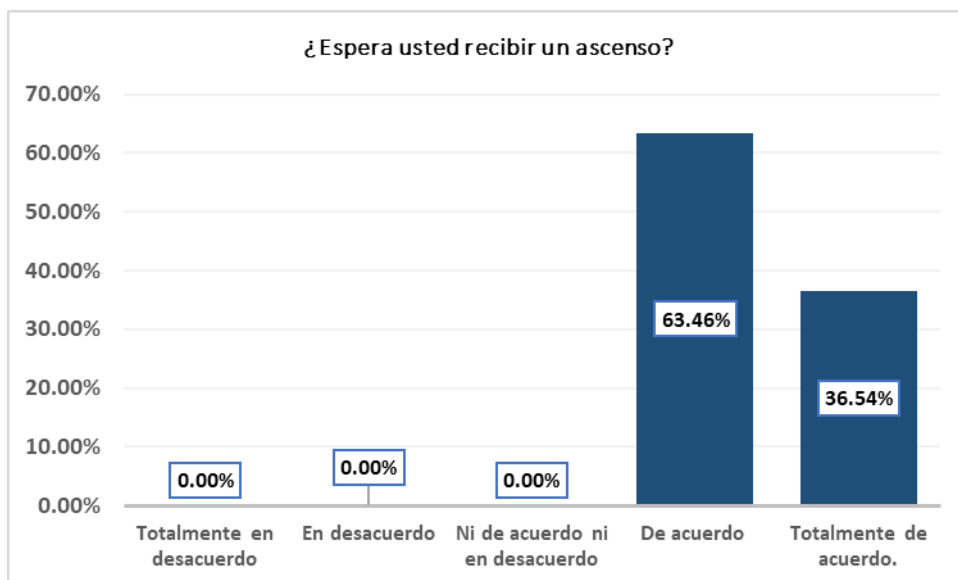
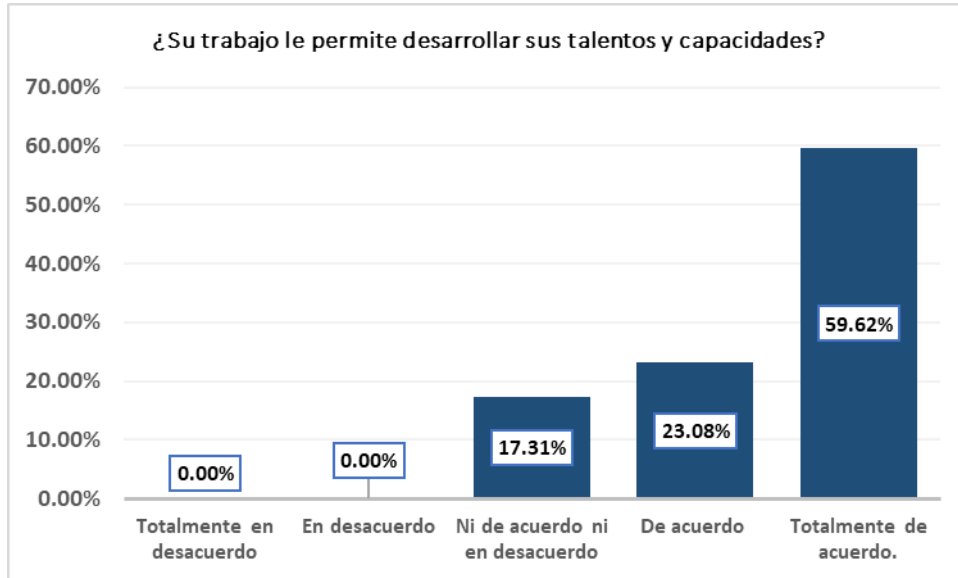
N°	Preguntas	1	2	3	4	5
ELEMENTOS TANGIBLES						
1	Las instalaciones físicas del restaurante son visualmente atractivas.					
2	El mobiliario: sillas, mesas, etc., son cómodos.					
3	La apariencia (uniformidad, limpieza, aseo) de los trabajadores del restaurante, es buena para brindarle el servicio.					
FIABILIDAD						
4	Cuando un cliente tiene un problema, el restaurante muestra sincero interés por resolverlo.					
5	Los trabajadores del restaurante, le transmiten confianza durante el servicio.					
6	Los productos y servicios que ofrece el restaurante son de calidad.					
7	Las cartas, y el material informativo del restaurante cumplen con su función para brindar un buen servicio.					
CAPACIDAD DE RESPUESTA						
8	Los empleados del restaurante le comunican con exactitud cuánto se tardarán en servir los platos.					
9	Los meseros muestran destreza, capacidad y rapidez, en el proceso del servicio.					
10	Si tiene un problema, el restaurante se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.					
11	Los empleados de restaurante tienen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.					
12	Los empleados del restaurante tratan a los clientes siempre con cortesía.					
EMPATÍA						
13	Los empleados del restaurante siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes.					
14	En cada momento del servicio los trabajadores del restaurante, ofrecen una atención personalizada					
15	El restaurante tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus clientes.					
16	Los trabajadores nunca están demasiado ocupados para atender a un cliente.					

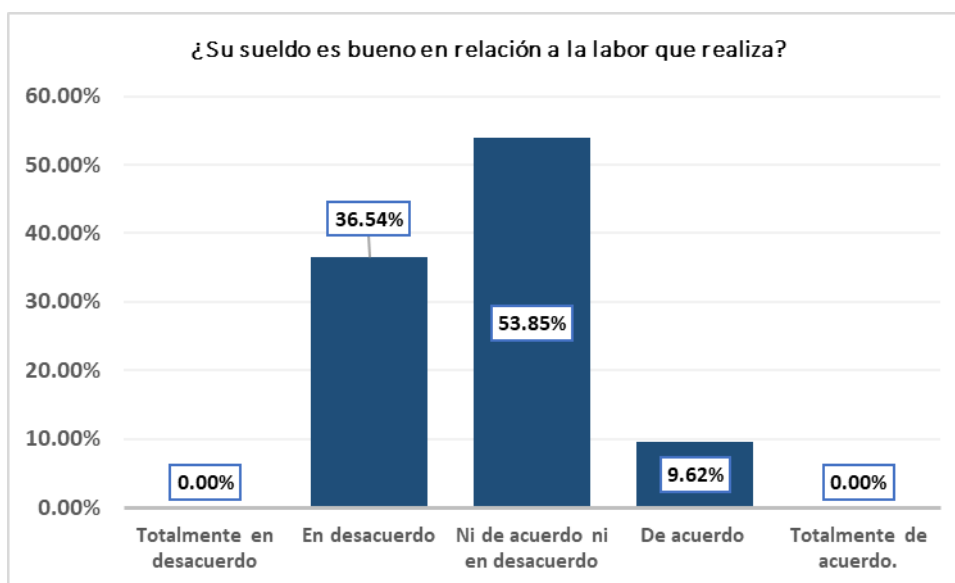
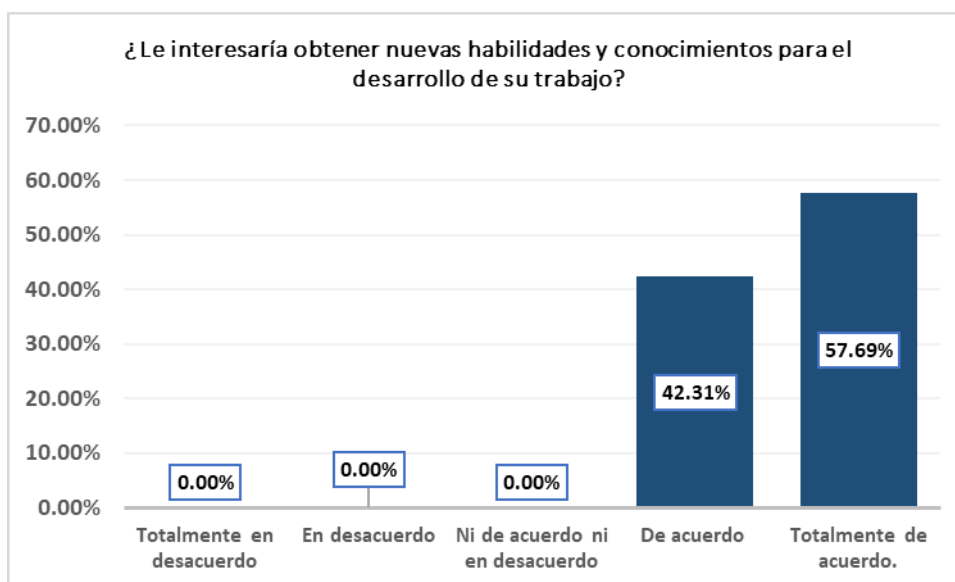
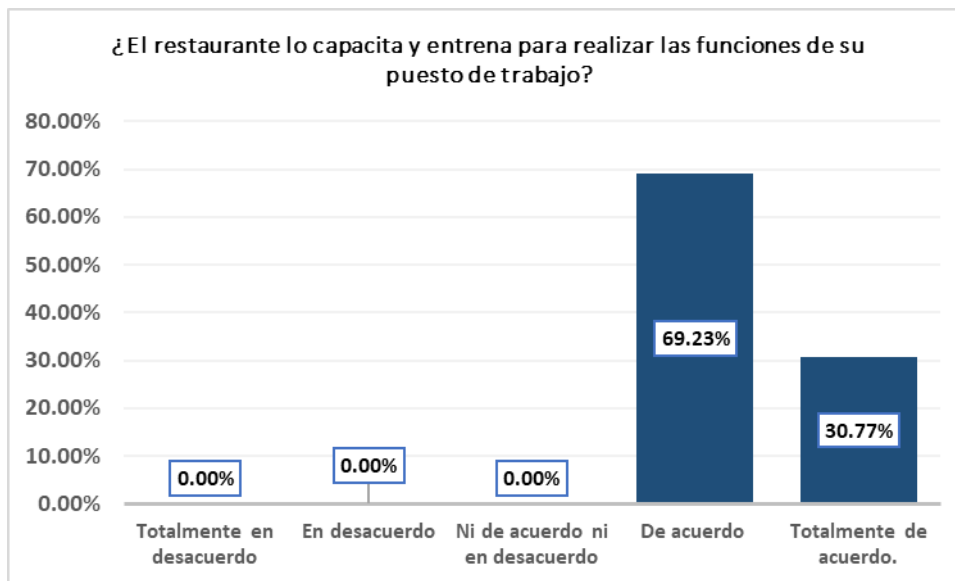
Anexo N° 03: Resultados de la aplicación de los instrumentos.

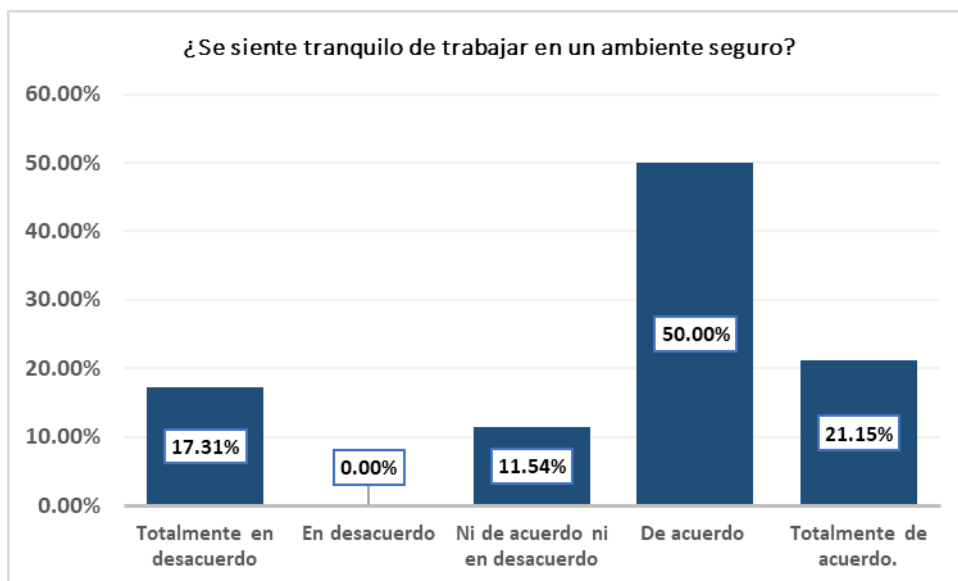
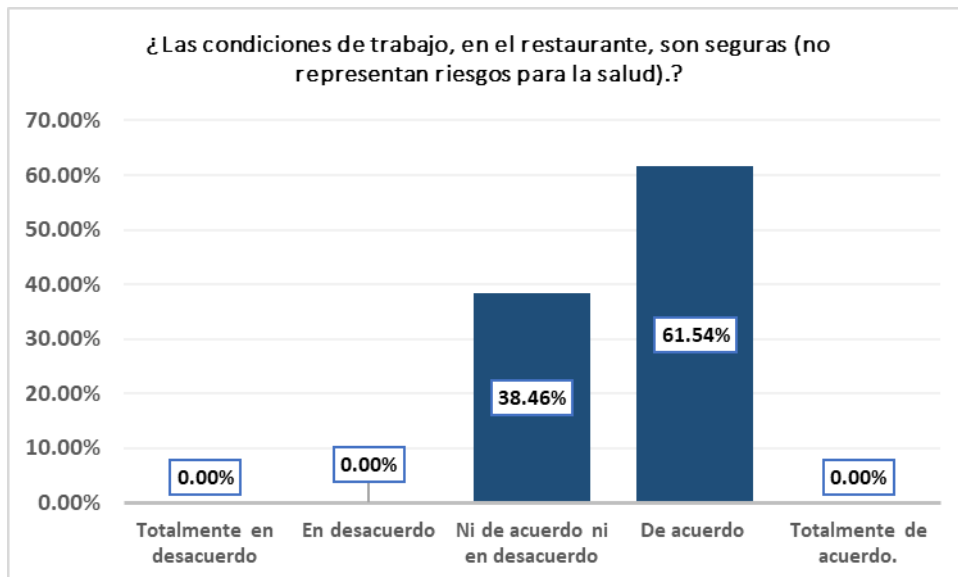
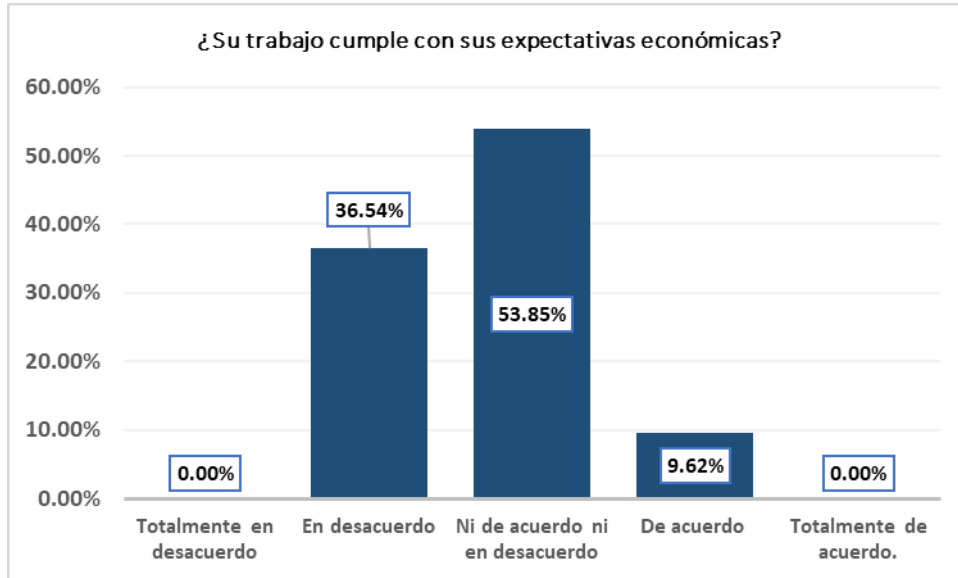
Instrumento: Motivación laboral

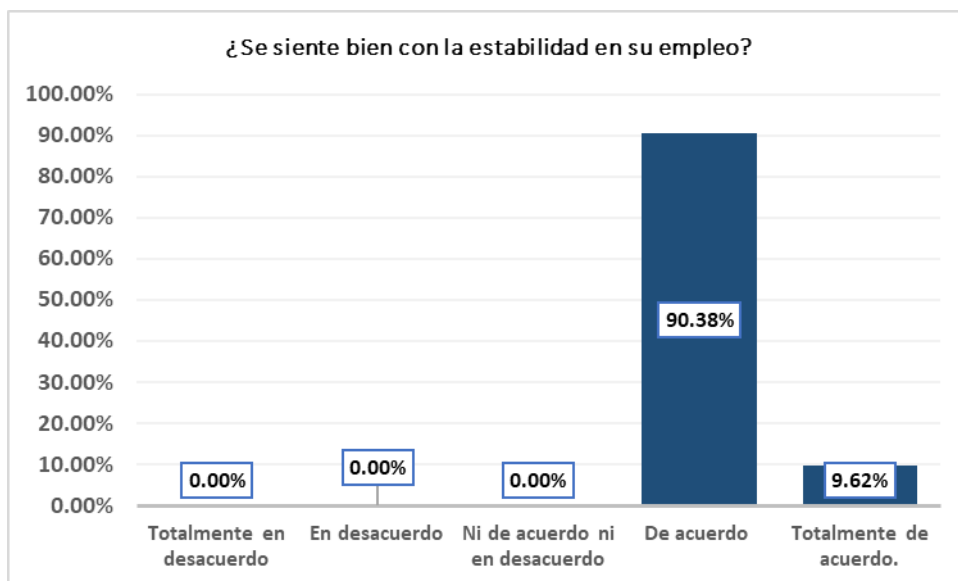
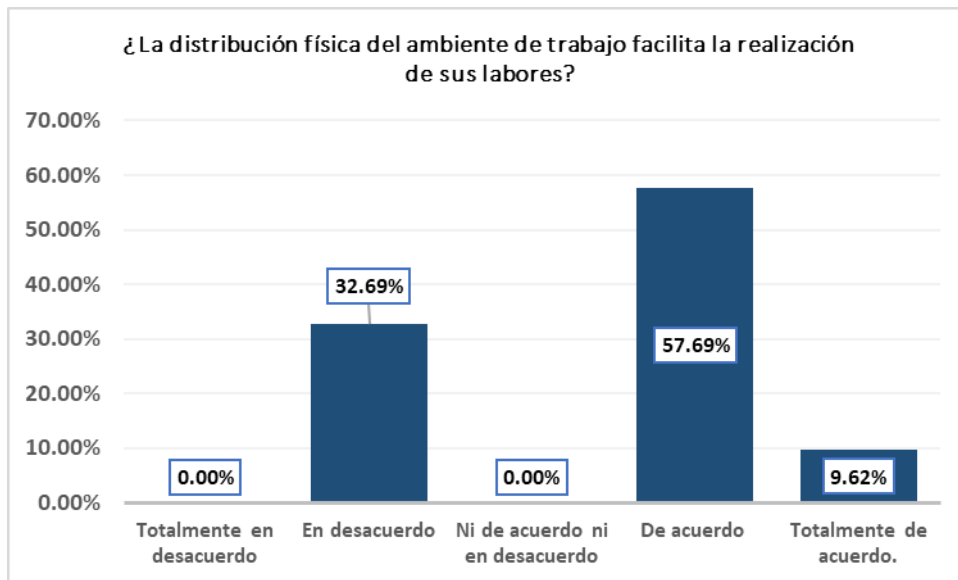
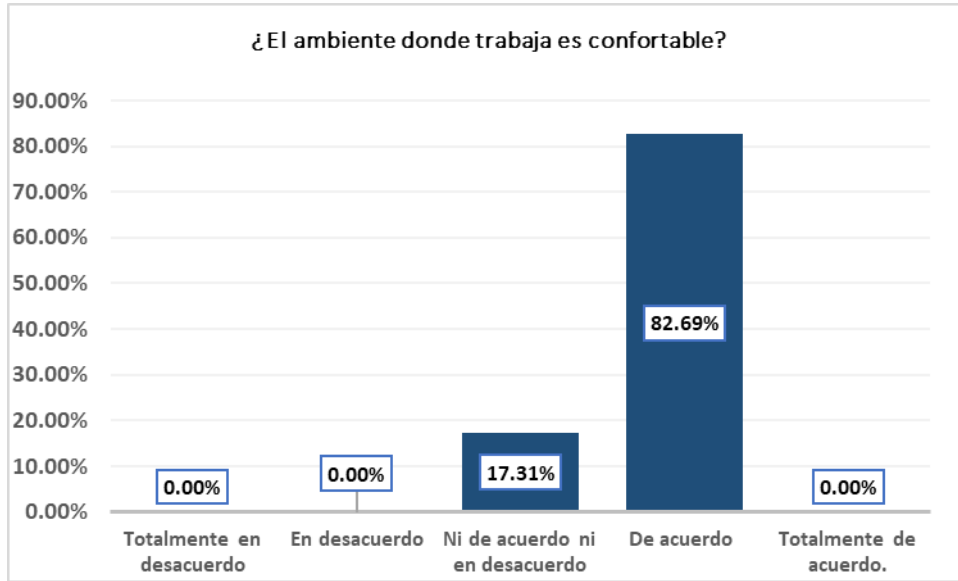


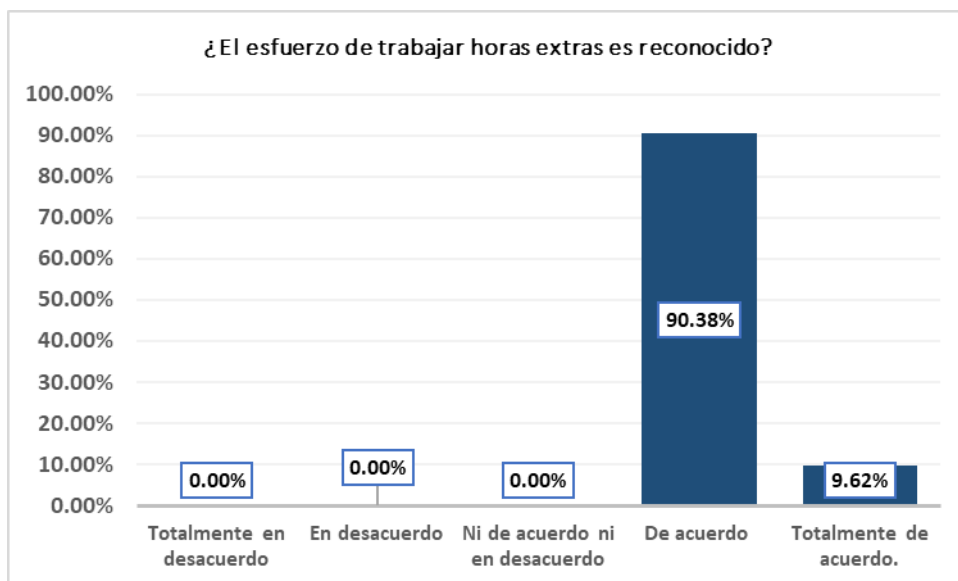
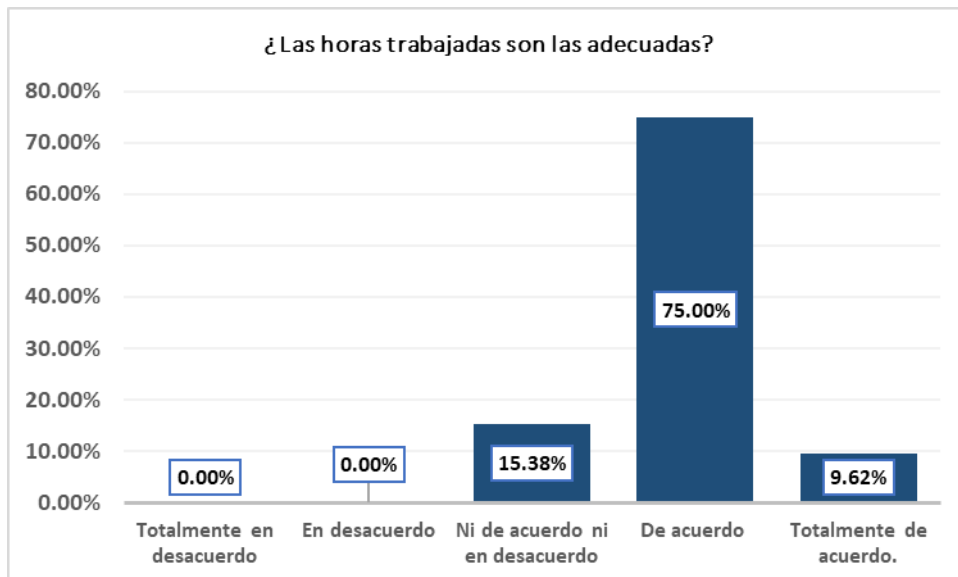
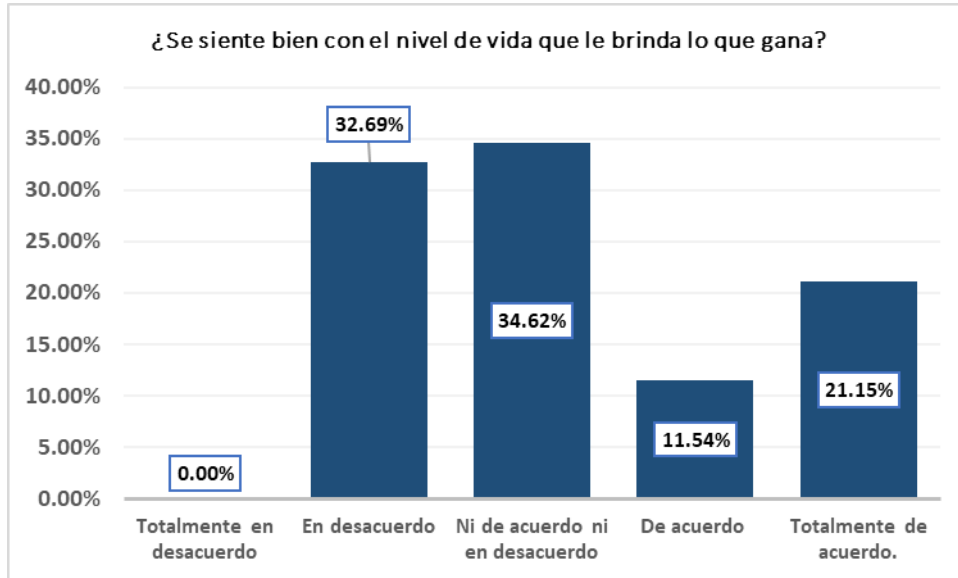


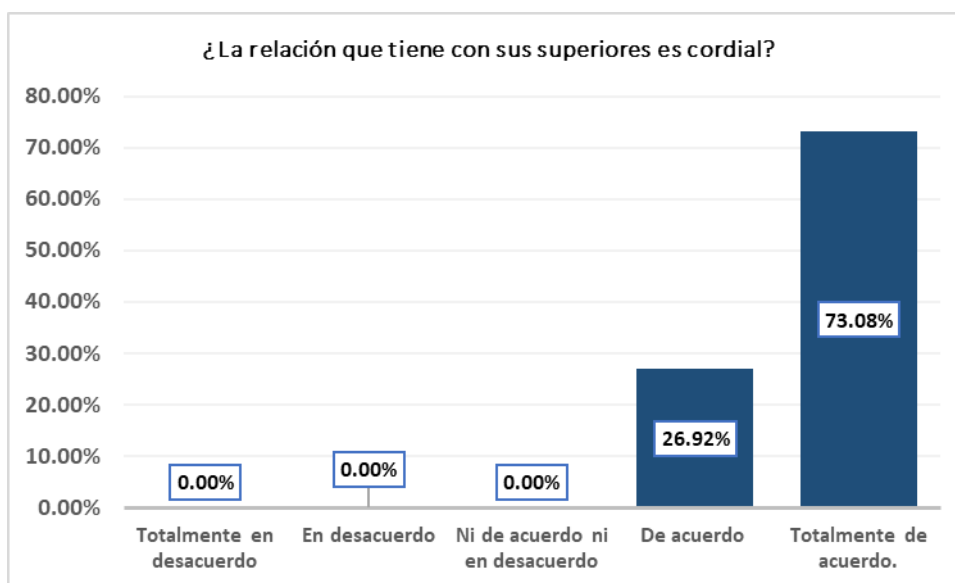
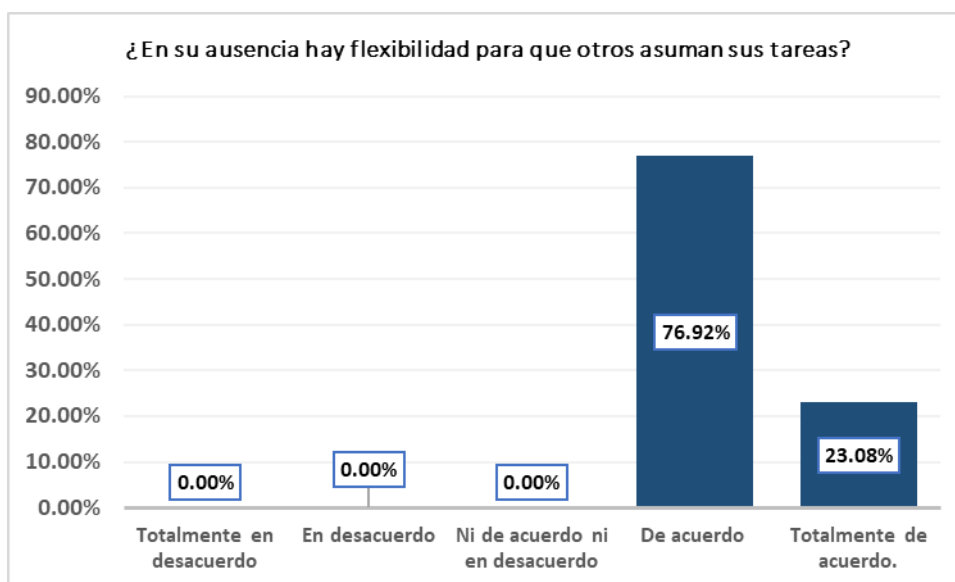
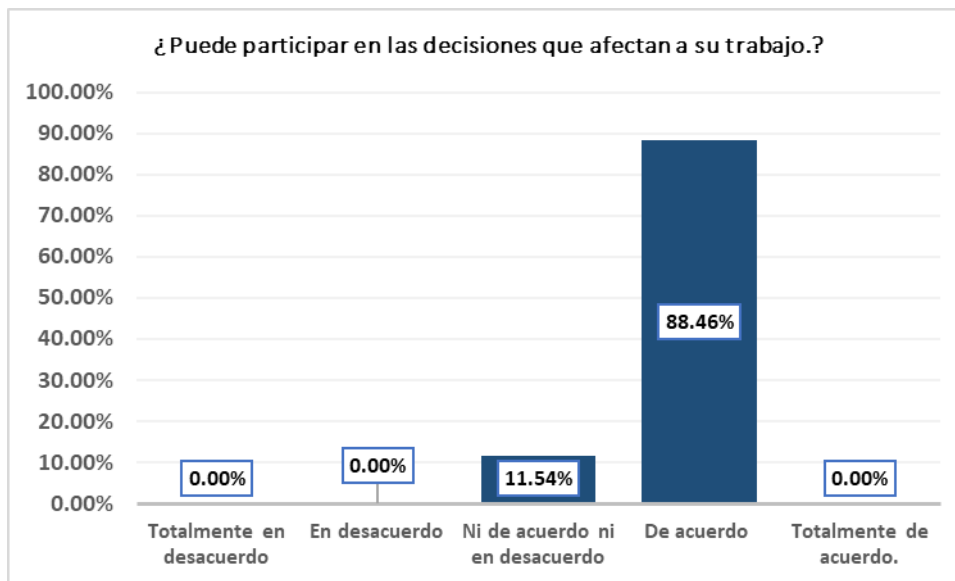


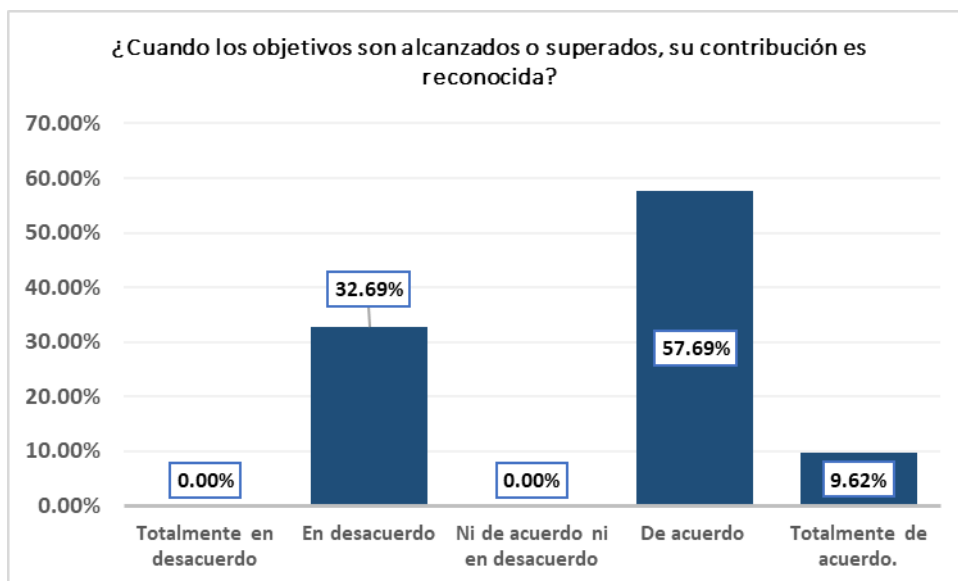
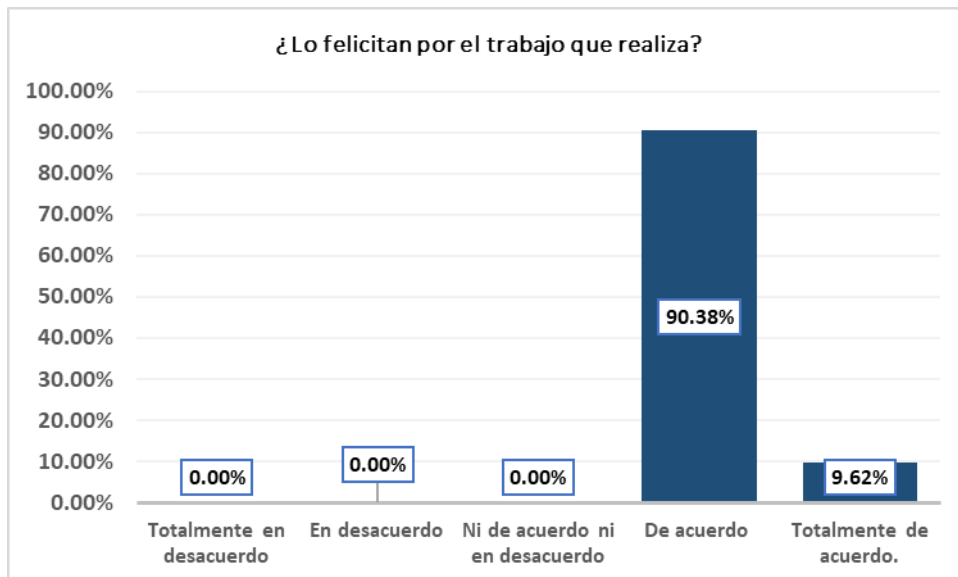
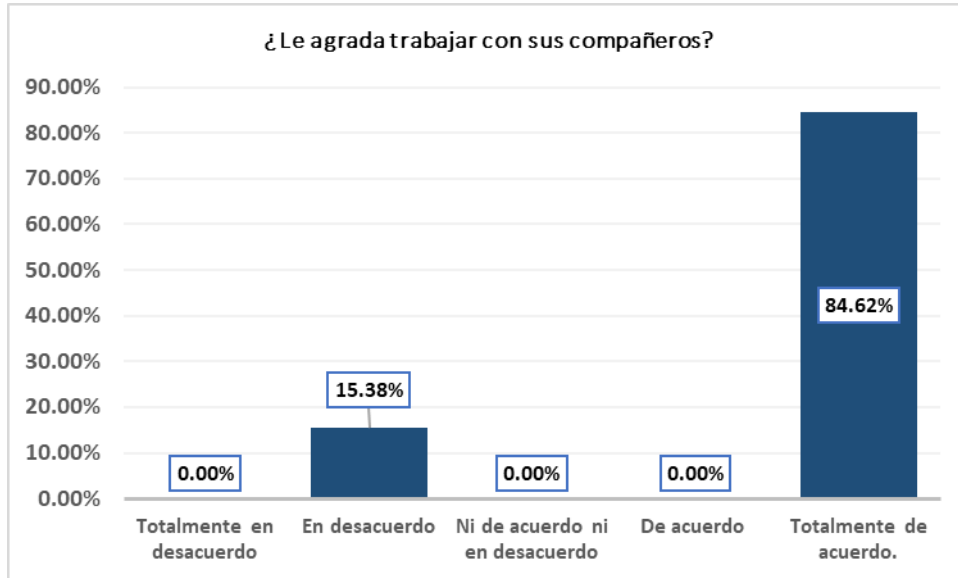


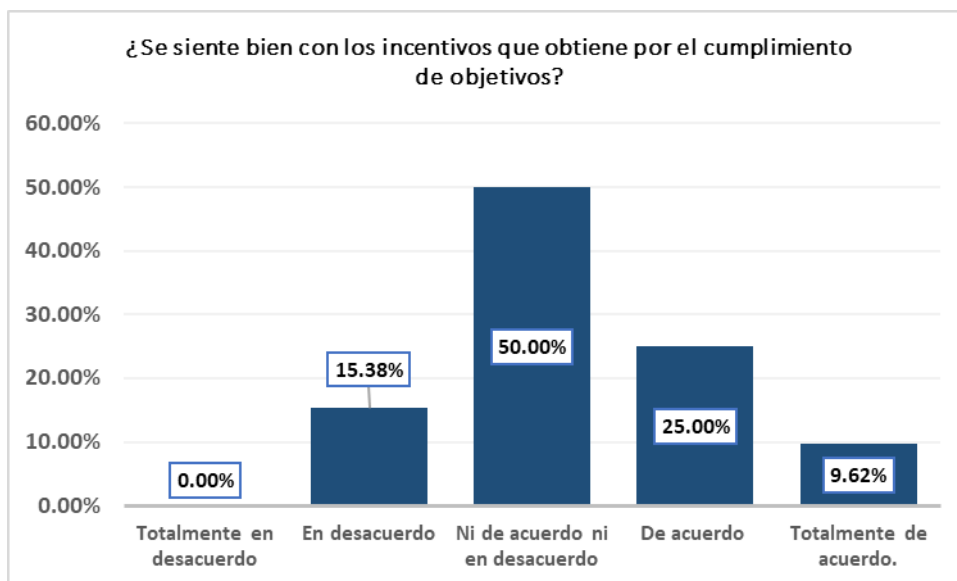
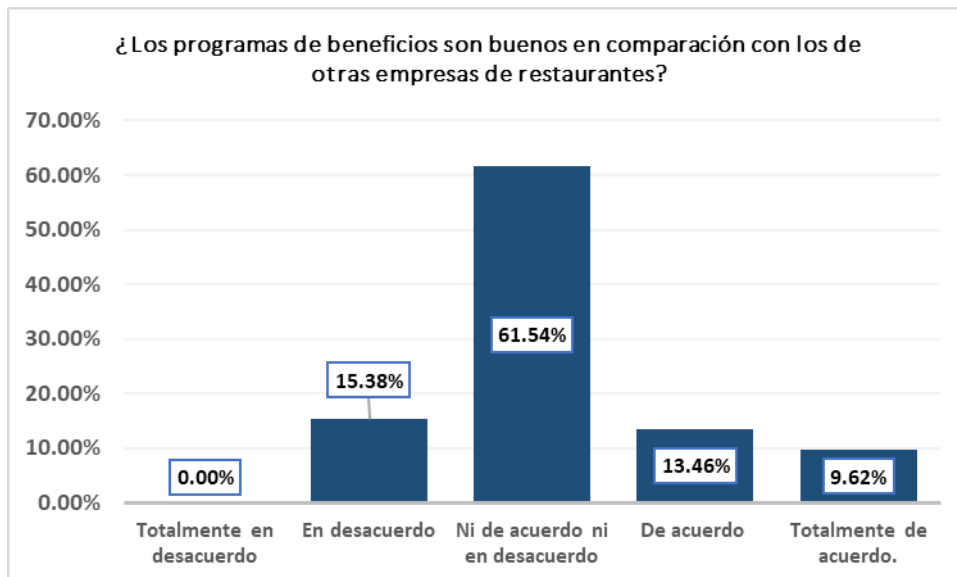
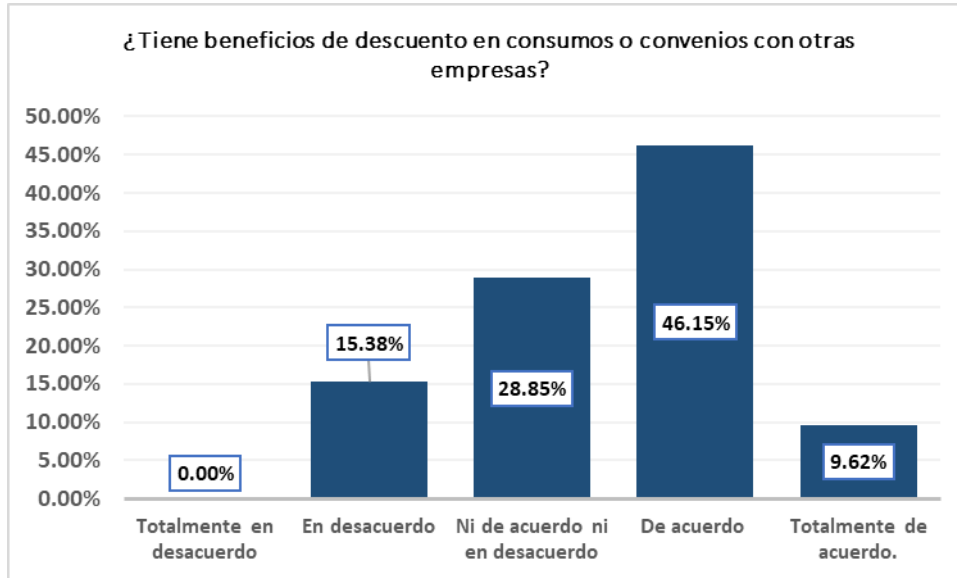


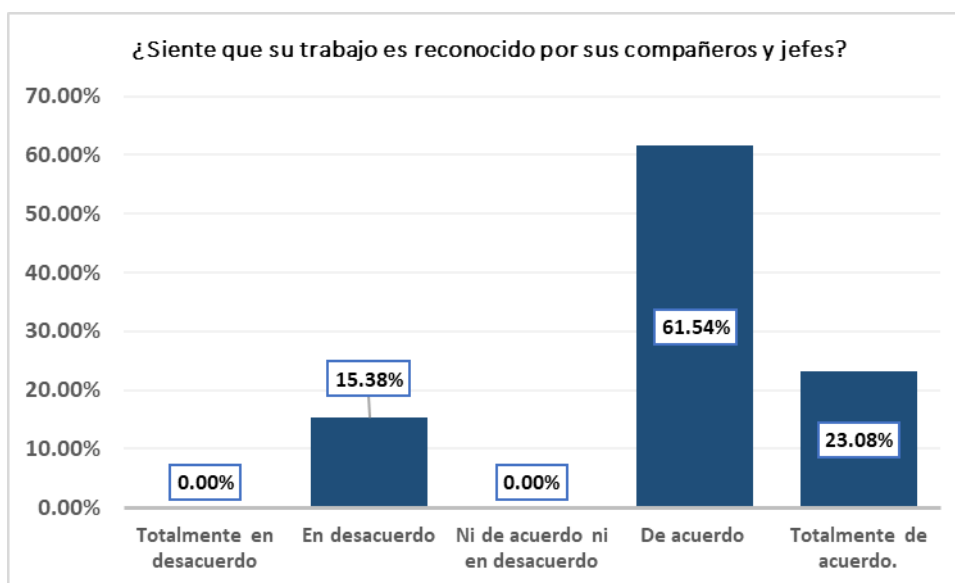
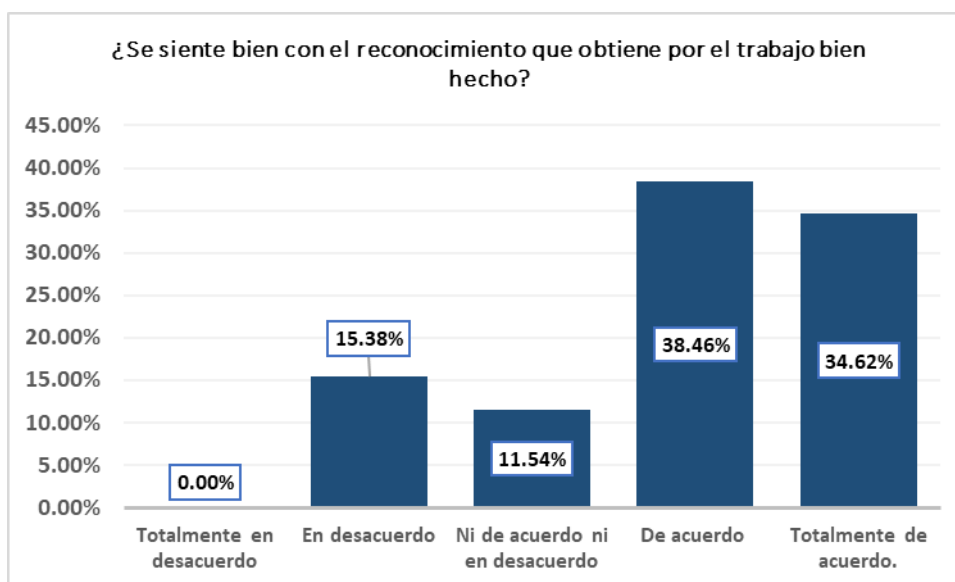
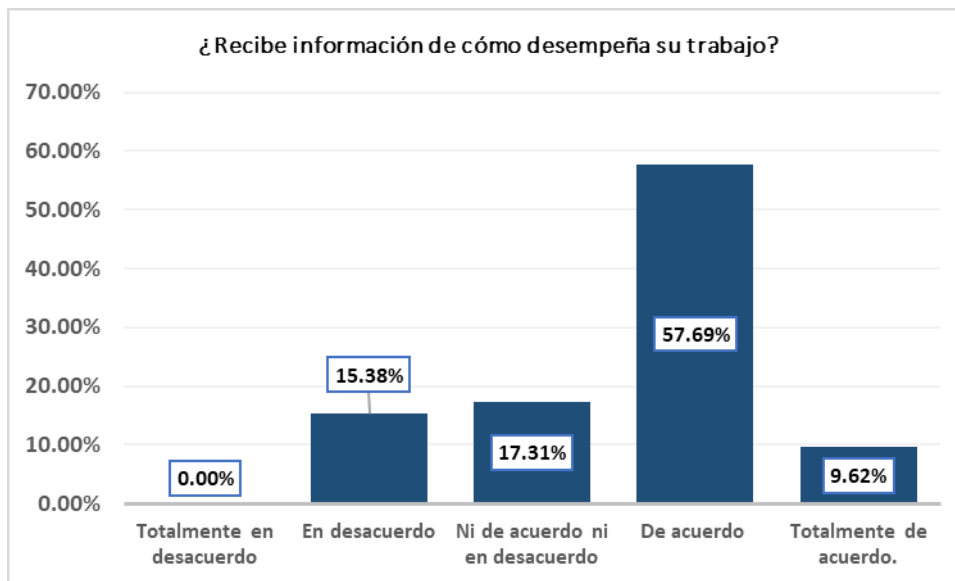




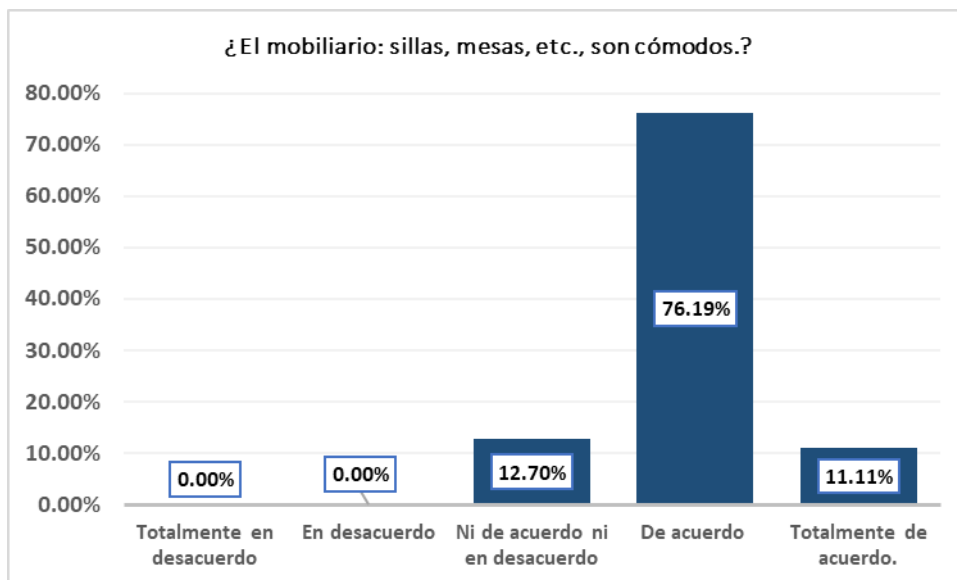
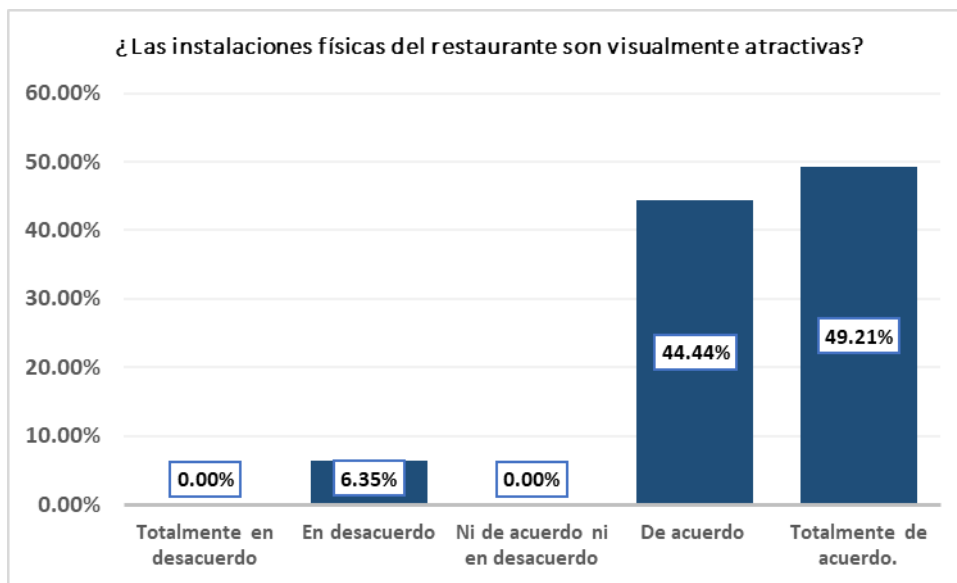


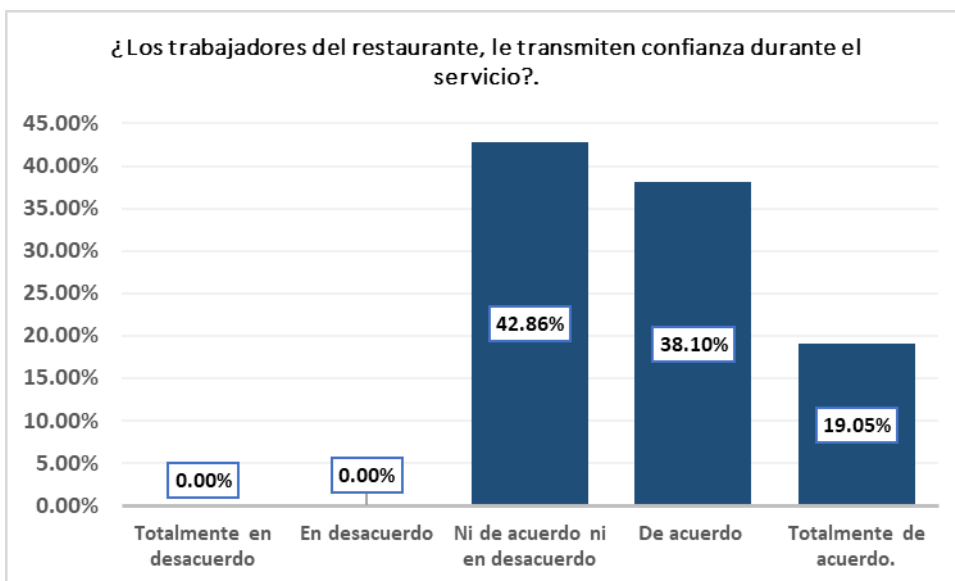
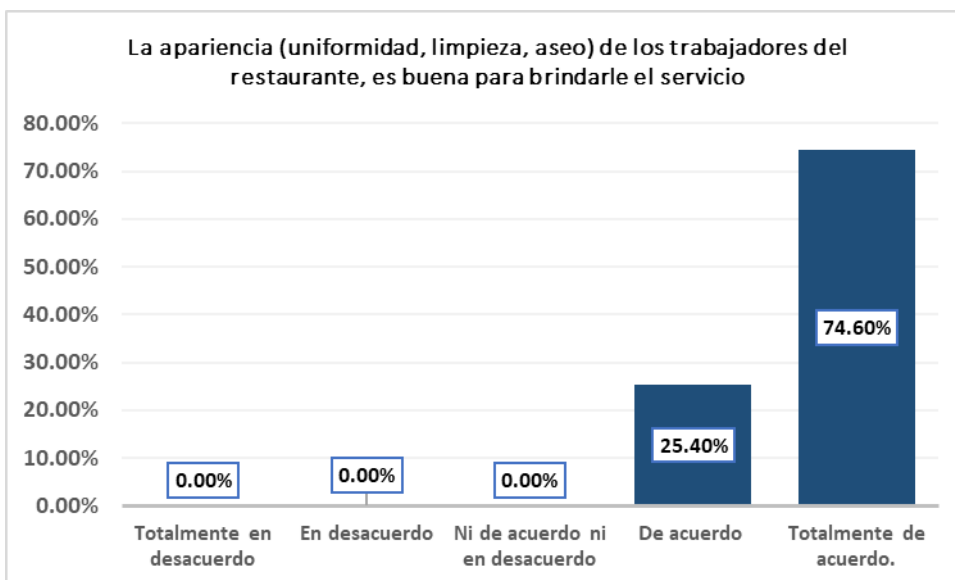
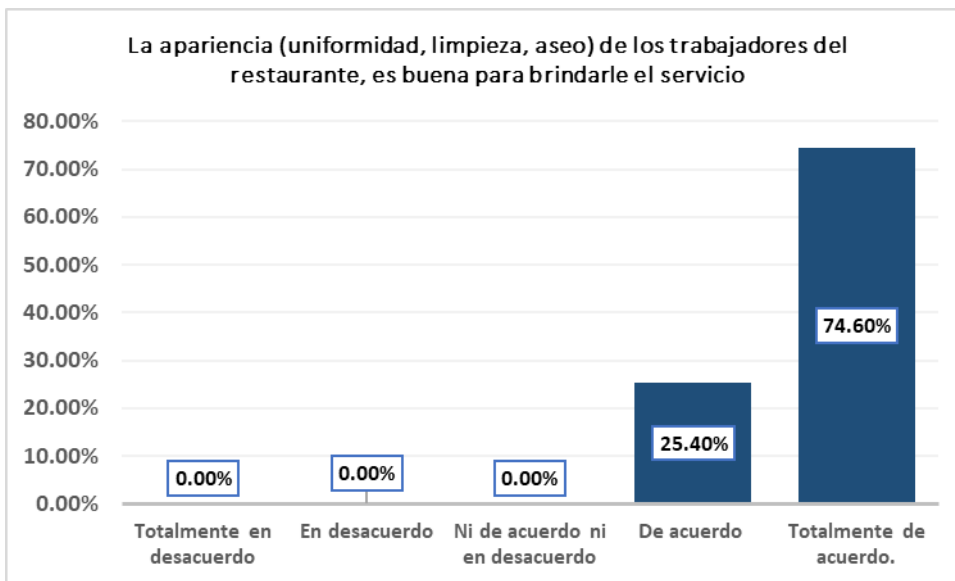


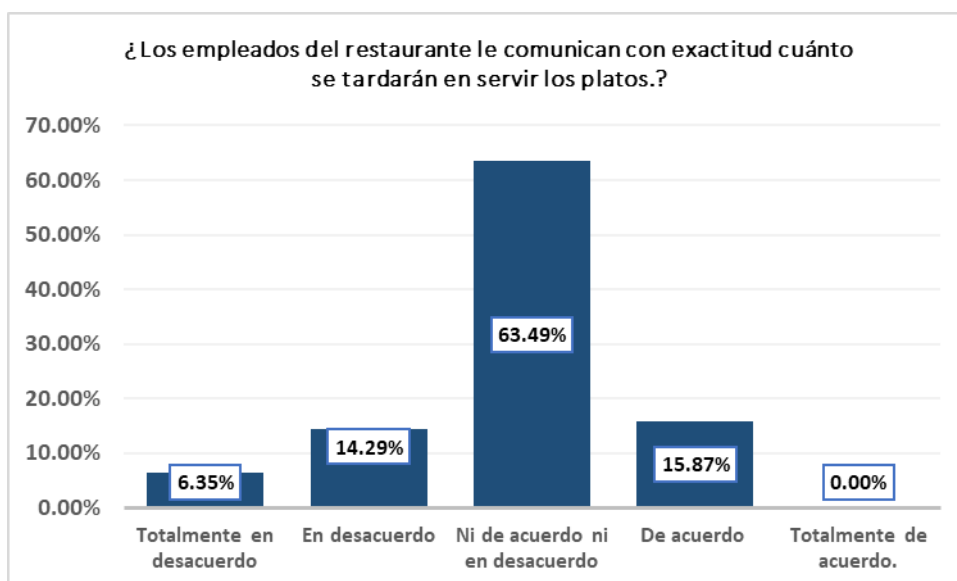
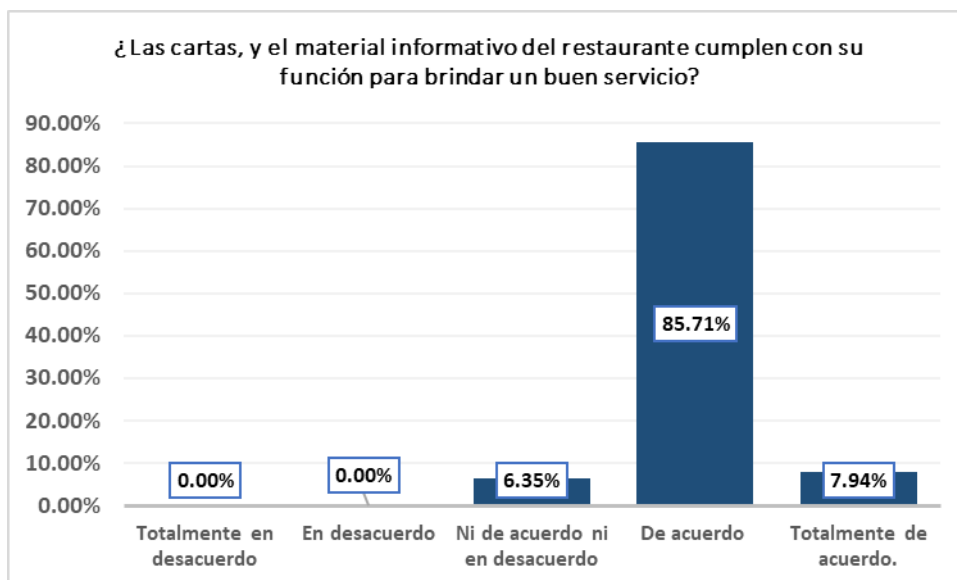
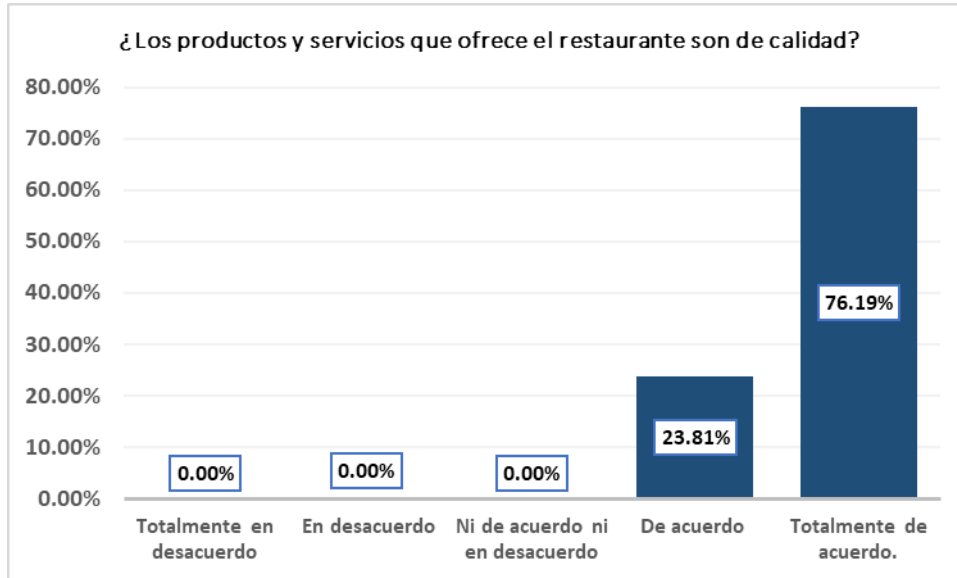


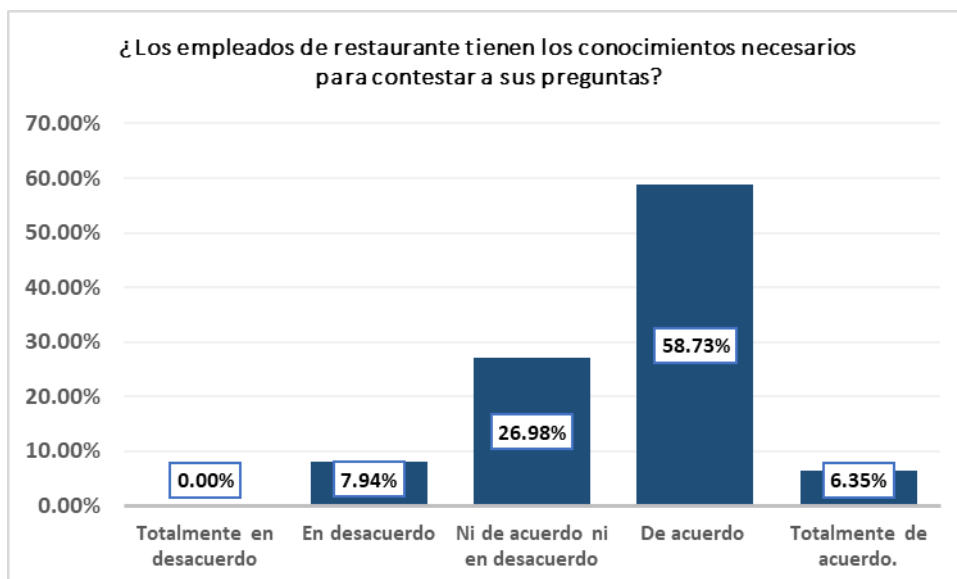
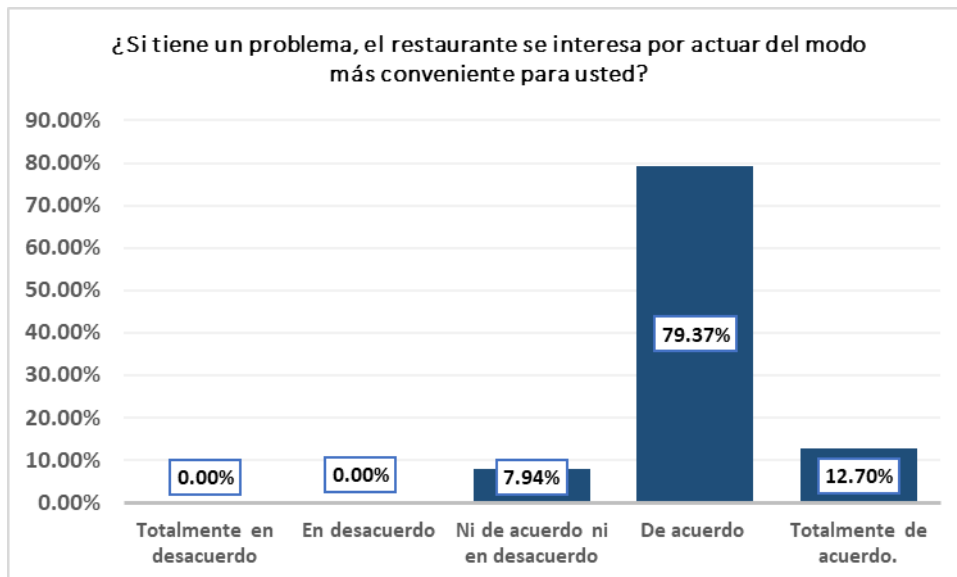
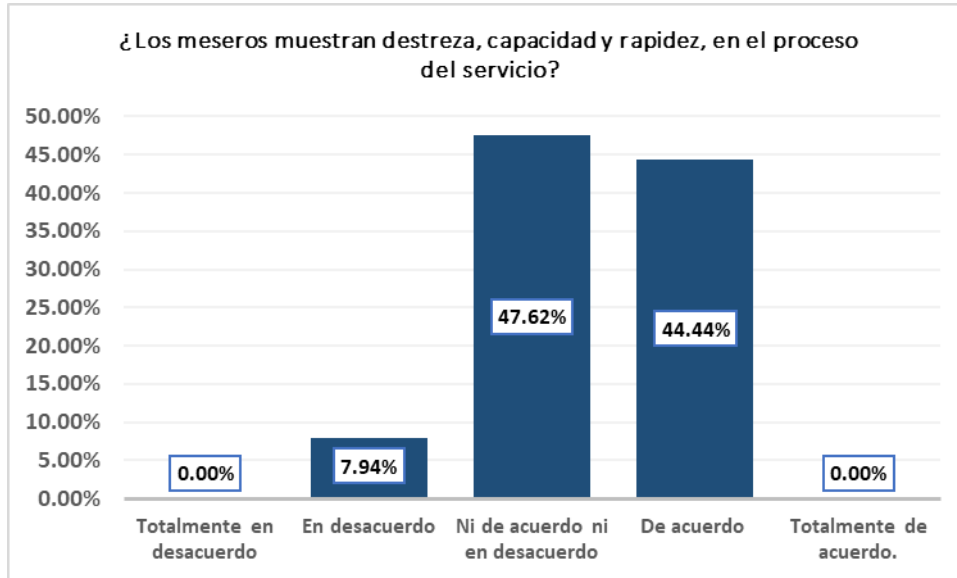


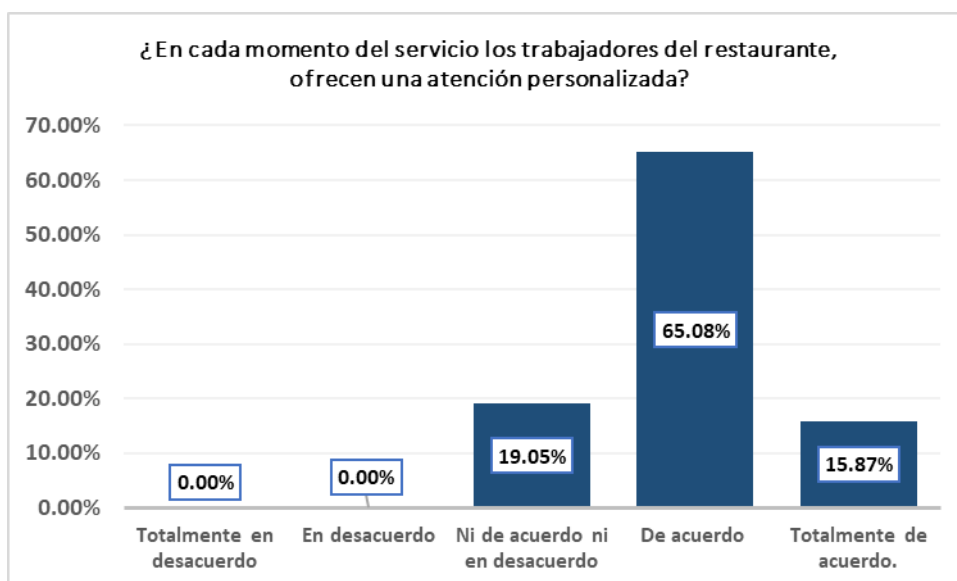
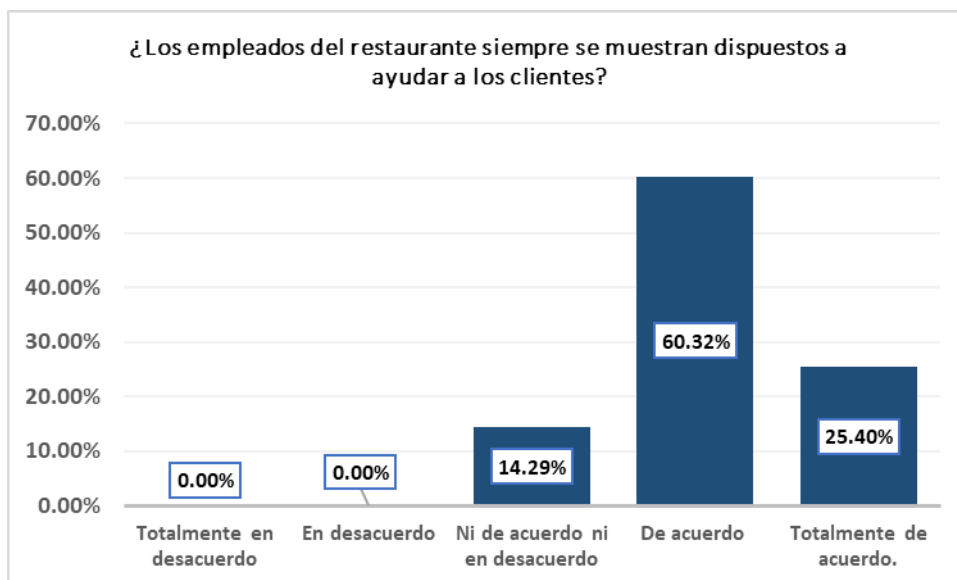
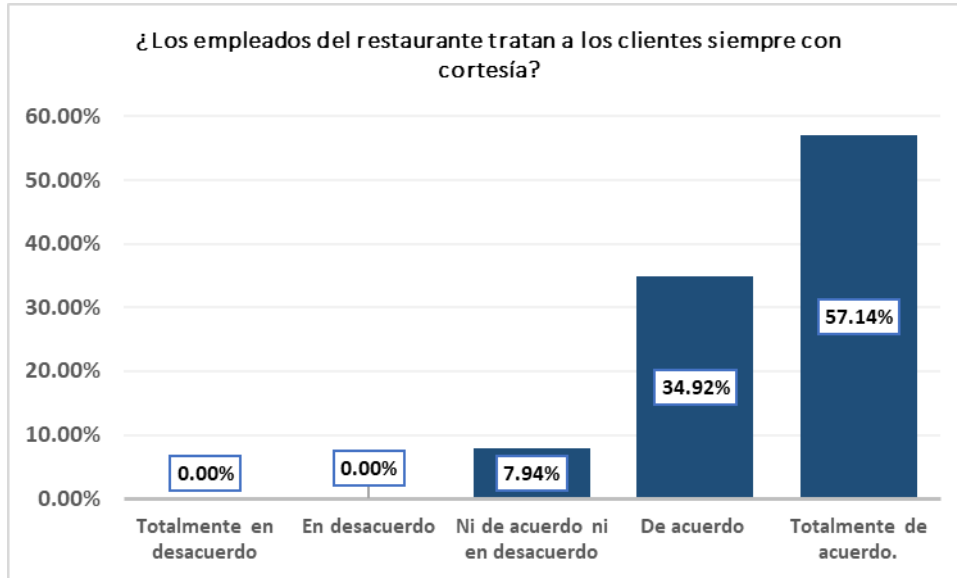
Instrumento: Calidad del servicio

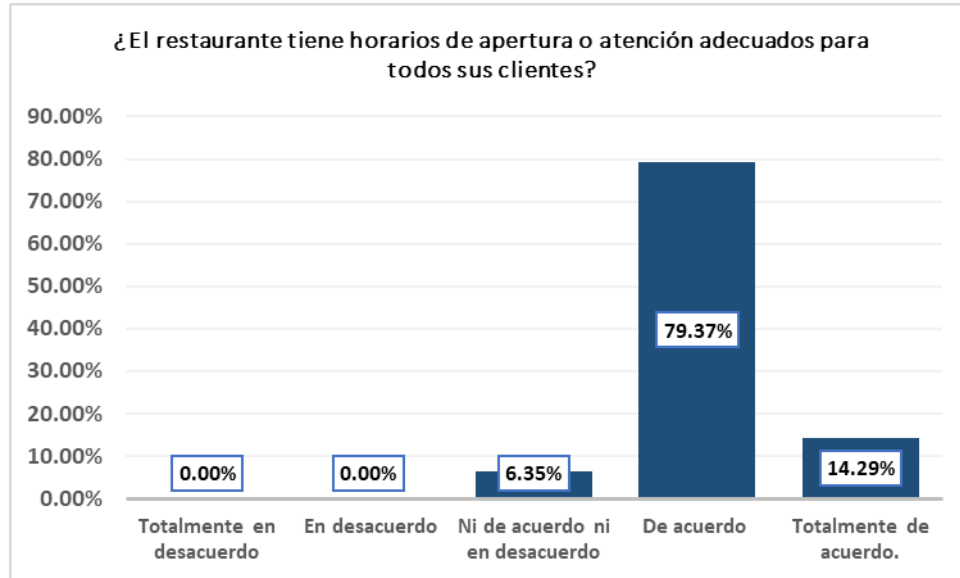












UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
UNIDAD DE POSTGRADO

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES.

- 1.1 Dávila Arenaza, Víctor Demetrio
- 1.2. Coordinador del área de investigación de la E.P. de Administración – UCV Lima Norte
- 1.3. Cuestionario para medir la motivación laboral de los trabajadores de un restaurante en Santa Clara Ate Vitarte 2018

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Eficiente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				✓	90%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				✓	88%
3. ACTUALIDAD	Adecuado el alcance de ciencia y tecnología.				✓	90%
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				✓	95%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.				✓	95%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y desarrollo de capacidades de los involucrados.				✓	90%
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos de la contabilidad/administración				✓	95%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				✓	95%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				✓	90%
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado.				✓	85%

II. OPINION DE APLICABILIDAD:

El instrumento evaluado alcanza una valoración promedio de 91% lo que lo clasifica en el rubro eficiente, razón por la cual es *aplicable* al estudio, pues reúne los criterios necesarios, así como la consistencia, suficiencia objetividad y demás indicadores propios de un instrumento.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

91%

Lima, 26 de febrero de 2020

Firma, post firma y cargo del validador

DNI N° 08467692
DR. VÍCTOR DÁVILA ARENAZA
DOCENTE INVESTIGADOR

PREGUNTAS

1. Ha participado usted de reuniones para la elaboración de políticas o planes de la empresa.
2. Consideran su opinión para la toma de decisiones dentro de la empresa.
3. Conoce los objetivos institucionales de la empresa.
4. Conoce los objetivos y responsabilidades de su puesto de trabajo.
5. Espera aprender cosas nuevas en el ámbito laboral.
6. Su trabajo le permite desarrollar sus talentos y capacidades.
7. Espera usted recibir un ascenso.
8. Espera usted mayor libertad en el ámbito laboral.
9. El restaurante lo capacita y entrena para realizar las funciones de su puesto de trabajo.
10. Le interesaría obtener nuevas habilidades y conocimientos para el desarrollo de su trabajo.
11. Su sueldo es bueno en relación a la labor que realiza.
12. Su trabajo cumple con sus expectativas económicas.
13. Las condiciones de trabajo, en el restaurante, son seguras (no representan riesgos para la salud).
14. Se siente tranquilo de trabajar en un ambiente seguro.
15. El ambiente donde trabaja es confortable.
16. La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de sus labores.
17. Se siente bien con la estabilidad en su empleo.
18. Se siente bien con el nivel de vida que le brinda lo que gana.
19. Las horas trabajadas son las adecuadas.
20. El esfuerzo de trabajar horas extras es reconocido.
21. Puede participar en las decisiones que afectan a su trabajo.
22. En su ausencia hay flexibilidad para que otros asuman sus tareas.
23. La relación que tiene con sus superiores es cordial.
24. Le agrada trabajar con sus compañeros.
25. Lo felicitan por el trabajo que realiza.
26. Cuando los objetivos son alcanzados o superados, su contribución es reconocida.
27. Tiene beneficios de descuento en consumos o convenios con otras empresas.
28. Los programas de beneficios son buenos en comparación con los de otras empresas de restaurantes.
29. Se siente bien con los incentivos que obtiene por el cumplimiento de objetivos.
30. Recibe información de cómo desempeña su trabajo.
31. Se siente bien con el reconocimiento que obtiene por el trabajo bien hecho.
32. Siente que su trabajo es reconocido por sus compañeros y jefes.

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
UNIDAD DE POSTGRADO

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES.

- 1.1 Dávila Arenaza, Víctor Demetrio
- 1.2 Coordinador del área de investigación de la E.P. de Administración – UCV Lima Norte
- 1.3 Cuestionario para medir la calidad del servicio de un restaurante en Santa Clara Ate Vitarte 2018

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Eficiente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				✓	90%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				✓	90%
3. ACTUALIDAD	Adecuado el alcance de ciencia y tecnología.				✓	85%
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				✓	90%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.				✓	90%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y desarrollo de capacidades de los involucrados.				✓	95%
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos de la contabilidad/administración				✓	90%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				✓	85%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				✓	90%
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado.				✓	95%

II. OPINION DE APLICABILIDAD:

El instrumento evaluado alcanza una valoración promedio de **90%** lo que lo clasifica en el rubro eficiente, razón por la cual es *aplicable* al estudio, pues reúne los criterios necesarios, así como la consistencia, suficiencia objetividad y demás indicadores propios de un instrumento.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

90%

Lima, 26 de febrero de 2020

Firma, post firma y cargo del validador
DNI N° 084 67 652
DR. VICTOR DAVILA ARENAZA
DOCTOR EN INVESTIGACION

PREGUNTAS

1. Las instalaciones físicas del restaurante son visualmente atractivas.
2. El mobiliario: sillas, mesas, etc., son cómodos.
3. La apariencia (uniformidad, limpieza, aseo) de los trabajadores del restaurante, es buena para brindarle el servicio.
4. Cuando un cliente tiene un problema, el restaurante muestra sincero interés por resolverlo.
5. Los trabajadores del restaurante, le transmiten confianza durante el servicio.
6. Los productos y servicios que ofrece el restaurante son de calidad.
7. Las cartas, y el material informativo del restaurante cumplen con su función para brindar un buen servicio.
8. Los empleados del restaurante le comunican con exactitud cuánto se tardarán en servir los platos.
9. Los meseros muestran destreza, capacidad y rapidez, en el proceso del servicio.
10. Si tiene un problema, el restaurante se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.
11. Los empleados de restaurante tienen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.
12. Los empleados del restaurante tratan a los clientes siempre con cortesía.
13. Los empleados del restaurante siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes.
14. En cada momento del servicio los trabajadores del restaurante, ofrecen una atención personalizada
15. El restaurante tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus clientes.
16. Los trabajadores nunca están demasiado ocupados para atender a un cliente.

UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
UNIDAD DE POSTGRADO

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES.

- 1.1 Carranza Estela, Teodoro
- 1.2 Docente Tiempo Completo E.P. de Administración – UCV Lima Norte
- 1.3 Cuestionario para medir la motivación laboral de los trabajadores de un restaurante en Santa Clara Ate Vitarte 2018

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Eficiente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				✓	95%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				✓	90%
3. ACTUALIDAD	Adecuado el alcance de ciencia y tecnología.				✓	95%
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.				✓	90%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.				✓	95%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y desarrollo de capacidades de los involucrados.				✓	90%
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos de la contabilidad/administración				✓	90%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				✓	95%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				✓	95%
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado.				✓	90%

II. OPINION DE APLICABILIDAD:

El instrumento evaluado es *aplicable*, toda vez que alcanza una valoración promedio del 93%, clasificándose dentro del rubro eficiente. Ya que cumple con los criterios necesarios en función a la objetividad, consistencia, coherencia, metodología y demás indicadores propios de la evaluación.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

93%



Firma, post firma y cargo del validador
Dr. TEODORO CARRANZA E.

Lima, 26 de febrero de 2020

PREGUNTAS

1. Ha participado usted de reuniones para la elaboración de políticas o planes de la empresa.
2. Consideran su opinión para la toma de decisiones dentro de la empresa.
3. Conoce los objetivos institucionales de la empresa.
4. Conoce los objetivos y responsabilidades de su puesto de trabajo.
5. Espera aprender cosas nuevas en el ámbito laboral.
6. Su trabajo le permite desarrollar sus talentos y capacidades.
7. Espera usted recibir un ascenso.
8. Espera usted mayor libertad en el ámbito laboral.
9. El restaurante lo capacita y entrena para realizar las funciones de su puesto de trabajo.
10. Le interesaría obtener nuevas habilidades y conocimientos para el desarrollo de su trabajo.
11. Su sueldo es bueno en relación a la labor que realiza.
12. Su trabajo cumple con sus expectativas económicas.
13. Las condiciones de trabajo, en el restaurante, son seguras (no representan riesgos para la salud).
14. Se siente tranquilo de trabajar en un ambiente seguro.
15. El ambiente donde trabaja es confortable.
16. La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de sus labores.
17. Se siente bien con la estabilidad en su empleo.
18. Se siente bien con el nivel de vida que le brinda lo que gana.
19. Las horas trabajadas son las adecuadas.
20. El esfuerzo de trabajar horas extras es reconocido.
21. Puede participar en las decisiones que afectan a su trabajo.
22. En su ausencia hay flexibilidad para que otros asuman sus tareas.
23. La relación que tiene con sus superiores es cordial.
24. Le agrada trabajar con sus compañeros.
25. Lo felicitan por el trabajo que realiza.
26. Cuando los objetivos son alcanzados o superados, su contribución es reconocida.
27. Tiene beneficios de descuento en consumos o convenios con otras empresas.
28. Los programas de beneficios son buenos en comparación con los de otras empresas de restaurantes.
29. Se siente bien con los incentivos que obtiene por el cumplimiento de objetivos.
30. Recibe información de cómo desempeña su trabajo.
31. Se siente bien con el reconocimiento que obtiene por el trabajo bien hecho.
32. Siente que su trabajo es reconocido por sus compañeros y jefes.



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
UNIDAD DE POSTGRADO

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES.

- 1.1 Carranza Estela, Teodoro
- 1.2 Docente Tiempo Completo E.P. de Administración – UCV Lima Norte
- 1.3 Cuestionario para medir la calidad del servicio de un restaurante en Santa Clara Ate Vitarte 2018

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Eficiente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				✓	88%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables				✓	92%
3. ACTUALIDAD	Adecuado el alcance de ciencia y tecnología.				✓	95%
4. ORGANIZACIÓN	Éxiste una organización lógica.				✓	95%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.				✓	95%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y desarrollo de capacidades de los involucrados.				✓	90%
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos de la contabilidad/administración				✓	95%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.				✓	85%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.				✓	95%
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado.				✓	95%

II. OPINION DE APLICABILIDAD:

El instrumento evaluado es *aplicable*, toda vez que alcanza una valoración promedio del 93%, clasificándose dentro del rubro eficiente. Ya que cumple con los criterios necesarios en función a la objetividad, consistencia, coherencia, metodología y demás indicadores propios de la evaluación.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

93%

Firma, post firma y cargo del validador

Dr. TEODORO CARRANZA E.

Lima, 26 de febrero de 2020

PREGUNTAS ^W

1. Las instalaciones físicas del restaurante son visualmente atractivas.
2. El mobiliario: sillas, mesas, etc., son cómodos.
3. La apariencia (uniformidad, limpieza, aseo) de los trabajadores del restaurante, es buena para brindarle el servicio.
4. Cuando un cliente tiene un problema, el restaurante muestra sincero interés por resolverlo.
5. Los trabajadores del restaurante, le transmiten confianza durante el servicio.
6. Los productos y servicios que ofrece el restaurante son de calidad.
7. Las cartas, y el material informativo del restaurante cumplen con su función para brindar un buen servicio.
8. Los empleados del restaurante le comunican con exactitud cuánto se tardarán en servir los platos.
9. Los meseros muestran destreza, capacidad y rapidez, en el proceso del servicio.
10. Si tiene un problema, el restaurante se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.
11. Los empleados de restaurante tienen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.
12. Los empleados del restaurante tratan a los clientes siempre con cortesía.
13. Los empleados del restaurante siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes.
14. En cada momento del servicio los trabajadores del restaurante, ofrecen una atención personalizada
15. El restaurante tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus clientes.
16. Los trabajadores nunca están demasiado ocupados para atender a un cliente.



UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
UNIDAD DE POSTGRADO

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES.

- 1.1 Ruiz Bringas, Henry
- 1.2. Coordinador Académico Carreras para Gente que Trabaja - UTP
- 1.3. Cuestionario para medir la motivación laboral de los trabajadores de un restaurante en Santa Clara Ate Vitarte 2018


INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Eficiente 81-100%
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					90%
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas observables					85%
3. ACTUALIDAD	Adecuado el alcance de ciencia y tecnología.					100%
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.					95%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad.					95%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y desarrollo de capacidades de los involucrados.					95%
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos de la contabilidad/administración					90%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones.					95%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					100%
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado					100%

II. OPINION DE APLICABILIDAD:

El instrumento evaluado reúne los criterios y guarda la consistencia y coherencia del caso articulando las dimensiones con sus respectivos indicadores y la preguntas que permiten recoger la información pertinente a cada uno de ellos. Razón por la cual concluyo que el instrumento es aplicable.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

95%


Firma, por firma y cargo del validador
40114879

Lima, 26 de febrero de 2020

PREGUNTAS

1. Ha participado usted de reuniones para la elaboración de políticas o planes de la empresa.
2. Consideran su opinión para la toma de decisiones dentro de la empresa.
3. Conoce los objetivos institucionales de la empresa.
4. Conoce los objetivos y responsabilidades de su puesto de trabajo.
5. Espera aprender cosas nuevas en el ámbito laboral.
6. Su trabajo le permite desarrollar sus talentos y capacidades.
7. Espera usted recibir un ascenso.
8. Espera usted mayor libertad en el ámbito laboral.
9. El restaurante lo capacita y entrena para realizar las funciones de su puesto de trabajo.
10. Le interesaría obtener nuevas habilidades y conocimientos para el desarrollo de su trabajo.
11. Su sueldo es bueno en relación a la labor que realiza.
12. Su trabajo cumple con sus expectativas económicas.
13. Las condiciones de trabajo, en el restaurante, son seguras (no representan riesgos para la salud).
14. Se siente tranquilo de trabajar en un ambiente seguro.
15. El ambiente donde trabaja es confortable.
16. La distribución física del ambiente de trabajo facilita la realización de sus labores.
17. Se siente bien con la estabilidad en su empleo.
18. Se siente bien con el nivel de vida que le brinda lo que gana.
19. Las horas trabajadas son las adecuadas.
20. El esfuerzo de trabajar horas extras es reconocido.
21. Puede participar en las decisiones que afectan a su trabajo.
22. En su ausencia hay flexibilidad para que otros asuman sus tareas.
23. La relación que tiene con sus superiores es cordial.
24. Le agrada trabajar con sus compañeros.
25. Lo felicitan por el trabajo que realiza.
26. Cuando los objetivos son alcanzados o superados, su contribución es reconocida.
27. Tiene beneficios de descuento en consumos o convenios con otras empresas.
28. Los programas de beneficios son buenos en comparación con los de otras empresas de restaurantes.
29. Se siente bien con los incentivos que obtiene por el cumplimiento de objetivos.
30. Recibe información de cómo desempeña su trabajo.
31. Se siente bien con el reconocimiento que obtiene por el trabajo bien hecho.
32. Siente que su trabajo es reconocido por sus compañeros y jefes.



**UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE
UNIDAD DE POSTGRADO**

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

I. DATOS GENERALES.

- 1.2 Ruiz Bringas, Henry
- 3.2 Coordinador Académico Carreras para Gente que Trabaja - UTP
- 1.2 Cuestionario para medir la calidad del servicio de un restaurante en Santa Clara Ate Vitarte 2018

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	May buena 61-80%	Eficiente 81-100%
1. CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado					85%
2. OBJETIVIDAD	Esta expresado en conductas observables					90%
3. ACTUALIDAD	Adecuado el alcance de ciencia y tecnología					100%
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica					90%
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos de calidad y cantidad					95%
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos del sistema de evaluación y desarrollo de capacidades de los involucrados					100%
7. CONSISTENCIA	Basados en aspectos teóricos-científicos de la contabilidad/administración					85%
8. COHERENCIA	Entre los índices, indicadores y las dimensiones					90%
9. METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico					90%
10. OPORTUNIDAD	El instrumento ha sido aplicado en el momento oportuno o más adecuado					95%

II. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

El instrumento evaluado reúne los criterios y guarda la consistencia y coherencia del caso articulando las dimensiones con sus respectivos indicadores y la preguntas que permiten recoger la información pertinente a cada uno de ellos. Razón por la cual concluyo que el instrumento es aplicable.

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

92%


Firma, post firma y cargo del validador

2101121879

Lima, 26 de febrero de 2020

PREGUNTAS ¹⁶

1. Las instalaciones físicas del restaurante son visualmente atractivas.
2. El mobiliario: sillas, mesas, etc., son cómodos.
3. La apariencia (uniformidad, limpieza, aseo) de los trabajadores del restaurante, es buena para brindarle el servicio.
4. Cuando un cliente tiene un problema, el restaurante muestra sincero interés por resolverlo.
5. Los trabajadores del restaurante, le transmiten confianza durante el servicio.
6. Los productos y servicios que ofrece el restaurante son de calidad.
7. Las cartas, y el material informativo del restaurante cumplen con su función para brindar un buen servicio.
8. Los empleados del restaurante le comunican con exactitud cuánto se tardarán en servir los platos.
9. Los meseros muestran destreza, capacidad y rapidez, en el proceso del servicio.
10. Si tiene un problema, el restaurante se interesa por actuar del modo más conveniente para usted.
11. Los empleados de restaurante tienen los conocimientos necesarios para contestar a sus preguntas.
12. Los empleados del restaurante tratan a los clientes siempre con cortesía.
13. Los empleados del restaurante siempre se muestran dispuestos a ayudar a los clientes.
14. En cada momento del servicio los trabajadores del restaurante, ofrecen una atención personalizada
15. El restaurante tiene horarios de apertura o atención adecuados para todos sus clientes.
16. Los trabajadores nunca están demasiado ocupados para atender a un cliente.

Anexo N° 04: Base de datos

N°	MOTIVACIÓN LABORAL																															
	EXPECTATIVAS DEL TRABAJADOR												CONDICIONES LABORALES												RECONOCIMIENTO LABORAL							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32
1	2	3	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	1	3	2	4	2	4	4	4	4	5	5	4	2	3	3	3	3	4	4
2	2	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
3	2	3	3	3	1	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4
4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4
5	2	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
6	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4
7	2	3	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	1	3	2	4	2	4	4	4	4	5	5	4	2	3	3	3	3	4	4
8	2	3	3	3	1	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4
9	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4
10	2	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
11	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4
12	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4
13	2	3	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	1	3	2	4	2	4	4	4	4	5	5	4	2	3	3	3	3	4	4
14	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4
16	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	2	3	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	1	3	2	4	2	4	4	4	4	5	5	4	2	3	3	3	3	4	4
18	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	2	3	3	3	1	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4
20	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	2	2	4	4	4	2	4	2	3	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2
21	2	3	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	1	3	2	4	2	4	4	4	4	5	5	4	2	3	3	3	3	4	4
22	2	3	3	3	1	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4
23	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	2	2	4	4	4	2	4	2	3	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2
24	2	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
25	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4

27	2	3	3	3	1	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4
28	2	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
29	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	2	2	4	4	4	2	4	2	3	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2
30	2	3	3	3	1	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4
31	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4
32	2	3	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	1	3	2	4	2	4	4	4	4	5	5	4	2	3	3	3	3	4	4
33	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4
34	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4
35	2	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	
36	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4
37	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	2	2	4	4	4	2	4	2	3	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2
38	2	3	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	1	3	2	4	2	4	4	4	4	5	5	4	2	3	3	3	3	4	4
39	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	2	2	4	4	4	2	4	2	3	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2
40	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4
41	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4
42	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	2	2	4	4	4	2	4	2	3	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2
43	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4
44	2	3	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	1	3	2	4	2	4	4	4	4	5	5	4	2	3	3	3	3	4	4
45	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	2	2	4	4	4	2	4	2	3	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2
46	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4
47	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4
48	2	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5
49	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	4
50	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	2	2	4	4	4	2	4	2	3	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2
51	2	3	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	1	3	2	4	2	4	4	4	4	5	5	4	2	3	3	3	3	4	4
52	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5

N°	CALIDAD DEL SERVICIO															
	ELEMENTOS TANGIBLES			FIABILIDAD				CAPACIDAD DE RESPUESTA					EMPATÍA			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3
2	4	4	4	4	3	5	5	2	2	3	2	3	3	4	5	2
3	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2
4	4	4	4	4	3	5	5	2	2	3	2	3	3	4	5	2
5	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2
6	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2
7	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3
8	5	4	5	5	5	4	4	2	3	5	4	5	4	4	5	4
9	4	4	4	4	3	5	5	2	2	3	2	3	3	4	5	2
10	5	4	5	5	5	4	4	2	3	5	4	5	4	4	5	4
11	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3
12	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2
13	4	4	4	4	3	5	5	2	2	3	2	3	3	4	5	2
14	5	4	5	5	5	4	4	2	3	5	4	5	4	4	5	4
15	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3
16	5	4	5	5	5	4	4	2	3	5	4	5	4	4	5	4
17	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2
18	5	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
19	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3
20	5	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
21	4	4	4	4	3	5	5	2	2	3	2	3	3	4	5	2
22	5	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
23	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3
24	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
25	5	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
26	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3
27	4	4	5	5	3	5	3	1	3	5	3	4	3	3	4	3
28	5	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
29	2	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3

30	4	3	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3
31	2	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3
32	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3
33	5	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
34	4	4	5	5	3	5	3	1	3	5	3	4	3	3	4	3
35	2	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3
36	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3
37	5	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
38	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3
39	2	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3
40	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3
41	4	4	5	5	3	5	3	1	3	5	3	4	3	3	4	3
42	5	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
43	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3
44	4	4	5	5	3	5	3	1	3	5	3	4	3	3	4	3
45	5	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
46	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3
47	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
48	5	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
49	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
50	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
51	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
52	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2
53	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
54	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
55	5	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
56	5	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
57	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
58	5	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
59	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
60	5	4	5	4	3	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4
61	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
62	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2
63	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3