

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES Y
ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



TESIS:

“LA MOTIVACIÓN DE PERSONAL Y SU REPERCUSIÓN EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA BITEL DE CAJAMARCA, 2019”

PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

PRESENTADO POR LA BACHILLER:
MARILYN ALEJANDRA IZQUIERDO MEJÍA

ASESOR:
DR. ALEJANDRO VÁSQUEZ RUIZ

CAJAMARCA – PERÚ

2023



UNIDAD DE INVESTIGACIÓN
UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
 Norte de la Universidad Peruana
 Fundada por Ley 14015 del 13 de febrero de 1962
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, CONTABLES
 Y ADMINISTRATIVAS**
 UNIDAD DE INVESTIGACIÓN



*"Año del Bicentenario, de la Consolidación de Nuestra Independencia, y la
 Conmemoración de las Heroicas Batallas de Junín y Ayacucho."*

El Director de la Unidad de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca- UI-FCECA-UNC- Dr. JUAN JOSÉ JULIO VERA ABANTO, emite el siguiente:

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD DE TESIS

CARRERA PROFESIONAL	Administración
DOCUMENTO EVALUADO	Tesis de Pregrado.
AUTOR	Bach: Marilyn Alejandra Izquierdo Mejía
TÍTULO	"LA MOTIVACIÓN DE PERSONAL Y SU REPERCUSIÓN EN LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA BITEL S.A.C. DE CAJAMARCA, 2019"
DOCENTE EVALUADOR	Dr. Alejandro Vásquez Ruiz.
PORCENTAJE DE SIMILITUD	14%

Nota:

La evaluación ha sido realizada por el docente asesor de la tesis mencionada, aplicando el software anti plagio – Turnitin, en cumplimiento de la Directiva N.º 001-2020-VRI-UNC y Guía de aplicación de esta, aprobado por Resolución de Consejo de Facultad N.º 035-2021-F-CECA-UNC, evaluación a la que me remito en caso necesario.

CONCLUSIÓN: La tesis antes indicada, cumple con el **REQUISITO DE ORIGINALIDAD** correspondiente, de acuerdo con las normas antes señaladas.

OBSERVACIONES: Ninguna.

Cajamarca, 23 de enero de 2024



CC. Archivo

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
Escuela Académico Profesional de administración

ACTA DE APROBACIÓN DE TESIS

El asesor y los miembros del Jurado Evaluador designados según Resolución de Consejo de Facultad N° 029-2020-F-CECA-UNC, aprueban la tesis desarrollada por la Bachiller Marilyn Alejandra Izquierdo Mejía, denominada:

“LA MOTIVACIÓN DE PERSONAL Y SU REPERCUSIÓN EN LA CALIDAD DE
SERVICIO EN LA EMPRESA BITEL DE CAJAMARCA, 2019”

Dr. David Moisés Zavaleta Chimbor

Presidente

M. Cs. Lic. Adm. Sixto Marino Cárdenas Cabellos

Secretario

MBA. Roxana Elizabeth Mestanza Cacho

Vocal

Dr. Alejandro Vásquez Ruiz

Asesor

Cada persona tiene una decencia y bondad básicas. Si las escucha y actúa sobre ellas, está dando mucho de lo que el mundo más necesita. No es complicado, pero requiere coraje. Se necesita coraje para que una persona escuche su propia bondad y actúe en consecuencia.

Pau Casals

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a Dios, porque es él quien me guía por el camino del bien y la intelectualidad, es por él que tengo la fortaleza de continuar en el sendero de vida.

A mis amados padres, a quienes le debo toda mi vida, pues han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, además de ayudarme de forma anímica, moral y económica; impulsándome así a salir adelante, que con su ejemplo hacen que sea una persona emprendedora.

Asimismo, a mis amados hermanos, quienes me brindan su apoyo incondicional en todo momento y también han sido una pieza clave en mi formación académica y profesional

La autora

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi profesor asesor el Dr. Alejandro Vásquez Ruiz, por su paciencia y tiempo brindado y por guiarme para el cumplimiento del presente trabajo, por sus enseñanzas y por sus buenos deseos en que logre ser una buena profesional.

Un agradecimiento especial al encargado de la empresa BITEL S.A.C., por permitirme realizar el presente estudio y además por brindarme todas las facilidades para el recojo de la información requerida para poder realizar este trabajo de investigación.

A todos mis docentes que con sus sabias enseñanzas contribuyeron a mi formación integral.

Y finalmente, a los trabajadores de la empresa BITEL S.A.C., por su apoyo, su acogimiento y su compañerismo.

La autora

ÍNDICE GENERAL

Carátula externa	i
Certificado de originalidad de tesis	ii
Acta de aprobación de tesis	iii
Epígrafe	iv
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vi
Índice general	vii
Índice de tablas	ix
Índice de figuras	x
Resumen	xii
Abstract	xiii
Introducción	xiv
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1. Descripción del problema de investigación	1
1.2. Formulación del problema	2
1.2.1 Problema general	2
1.2.2. Problemas específicos	2
1.3. Objetivos de la investigación	2
1.3.1 Objetivo general	2
1.3.2. Objetivos específicos.....	3
1.4. Justificación de la investigación.....	3
1.5. Limitaciones de la investigación	4
1.6. Delimitaciones de la investigación.....	4
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	6
2.1. Antecedentes de la investigación	6
2.2. Bases teóricas	14
2.2.1. Teorías de motivación del personal	14
2.2.2. Teorías de calidad de servicio.....	16
2.3. Bases conceptuales.....	18

2.3.1. Motivación de personal.....	18
2.3.2. Calidad de servicio.....	21
2.4. Definición de términos básicos	22
2.5. Hipotesis de la investigación	23
2.5.1. Hipótesis general.....	23
2.5.2. Hipótesis específicas.....	24
2.6. Variables de la investigación	24
2.7. Operacionalización de las variables de la investigación.....	25
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	26
3.1. Tipo de investigación	26
3.2. Diseño de investigación	26
3.3. Población y muestra	26
3.4.1. Población.....	26
3.4.2. Muestra	27
3.4. Instrumentos y técnicas de recopilación.....	28
3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos	28
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN	30
4.1. Resultados de la investigación	30
4.2. Análisis de fiabilidad y coeficiente de Pearson.....	60
4.3. Discusión de resultados.....	61
CONCLUSIONES	67
RECOMENDACIONES.....	69
REFERENCIAS.....	70
APÉNDICES.....	72
Apéndice 1: Instrumento de recolección de datos de motivación de personal	73
Apéndice 2: Instrumento de recolección de datos de calidad de servicio.....	75
ANEXOS.....	78
Anexo 1: Tabla de valores de evaluación coeficientes de alfa de Cronbach	79
Anexo 2: Tabla de valores del Coeficiente de Pearson.....	79
Anexo 3: Interpretación de los índices de correlación.....	80
Anexo 4: Correlación entre las dimensiones de las variables.....	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz de operacionalización	25
Tabla 2: Escala de valoración de motivación de personal	28
Tabla 3: Escala de valoración para desempeño laboral	29
Tabla 4: Infraestructura de trabajo en BITEL	30
Tabla 5: Iluminación en área de trabajo en BITEL	31
Tabla 6: Ventilación en área de trabajo en BITEL	32
Tabla 7: Seguridad en instalaciones	33
Tabla 8: Equipos necesarios	34
Tabla 9: Herramientas necesarias	35
Tabla 10: Compañeros solidarios y amables	36
Tabla 11: Apoyo de compañeros en las dificultades	37
Tabla 12: Trato de superiores	38
Tabla 13: Superiores comprensibles	39
Tabla 14: Sueldos atractivos	40
Tabla 15: Premios e incentivos	41
Tabla 16: BITEL otorga vacaciones	42
Tabla 17: BITEL otorga seguro de salud	43
Tabla 18: BITEL otorga CTS	44
Tabla 19: Instalaciones modernas y atractivas	45
Tabla 20: Empleados con apariencia limpia	46
Tabla 21: Personal ayuda a resolver problemas inmediatamente	47
Tabla 22: Personal atento a deseos y necesidades	48
Tabla 23: Cliente seguro dentro de BITEL	49
Tabla 24: Ambiente de BITEL proporciona seguridad como en casa	50
Tabla 25: BITEL cuenta con servicios necesarios	51
Tabla 26: BITEL cuenta con instalaciones, facilidades y servicios	52

Tabla 27: Servicios de BITEL presentados correctamente desde 1° vez	53
Tabla 28: BITEL informa correctamente y cumplen con el servicio	54
Tabla 29: BITEL tiene ambiente divertido y agradable	55
Tabla 30: Personal sonriente y presto a servir	56
Tabla 31: Personal comprometido en servir	57
Tabla 32: BITEL proporciona servicio de calidad	58
Tabla 33: BITEL cuenta con personal integro	59
Tabla 34: Estadísticos de fiabilidad	60
Tabla 35: Coeficiente de Correlación de Pearson	61

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Infraestructura de trabajo en BITEL	30
Figura 2: Iluminación en área de trabajo en BITEL	31
Figura 3: Ventilación en área de trabajo en BITEL	32
Figura 4: Seguridad en instalaciones	33
Figura 5: Equipos necesarios	34
Figura 6: Herramientas necesarias	35
Figura 7: Compañeros solidarios y amables	36
Figura 8: Apoyo de compañeros en las dificultades	37
Figura 9: Trato de superiores	38
Figura 10: Superiores comprensibles	39
Figura 11: Sueldos atractivos	40
Figura 12: Premios e incentivos	41
Figura 13: BITEL otorga vacaciones	42
Figura 14: BITEL otorga seguro de salud	43
Figura 15: BITEL otorga CTS	44
Figura 16: Instalaciones modernas y atractivas	45
Figura 17: Empleados con apariencia limpia	46
Figura 18: Personal ayuda a resolver problemas inmediatamente	47
Figura 19: Personal atento a deseos y necesidades	48

Figura 20: Cliente seguro dentro de BITEL	49
Figura 21: Ambiente de BITEL proporciona seguridad como en casa	50
Figura 22: BITEL cuenta con servicios necesarios	51
Figura 23: BITEL cuenta con instalaciones, facilidades y servicios	52
Figura 24: Servicios de BITEL presentados correctamente desde 1° vez	53
Figura 25: BITEL informa correctamente y cumplen con el servicio	54
Figura 26: BITEL tiene ambiente divertido y agradable	55
Figura 27: Personal sonriente y presto a servir	56
Figura 28: Personal comprometido en servir	57
Figura 29: BITEL proporciona servicio de calidad	58
Figura 30: BITEL cuenta con personal integro	59

RESUMEN

La presente investigación busca determinar la repercusión de la motivación del personal en la calidad de servicio en la empresa BITEL S.A.C. ubicada en la plaza de armas de Cajamarca, con el propósito de ofrecer un diagnóstico que permita a los gerentes mejorar en cuanto al trato y motivación de su personal, así como la calidad de servicio que ofrecen a sus clientes.

La investigación utilizó el instrumento del cuestionario y la técnica de la encuesta que se aplicó a una muestra de 20 trabajadores que laboran en la empresa con el fin de investigar la motivación del personal y a 291 clientes para la investigación de la calidad de servicio. Asimismo, se planteó la hipótesis que señala que la motivación del personal en la empresa repercute directamente en la calidad de servicio, lo cual se corroboró con los resultados encontrados, y que son refrendados por el coeficiente de Pearson que tiene un valor de 0,417 y el Alfa de Cronbach que tiene un valor de 0,883.

En la investigación se encontró que la motivación del personal, tiene serias falencias administrativas, entre las que se resaltan: las condiciones laborales, los elementos de trabajo, las relaciones interpersonales y las remuneraciones, éstas no están en un nivel adecuado, lo cual ocasiona una baja calidad de servicio que los clientes manifiestan a través de las 5 dimensiones de la calidad de servicio, lo que demuestra que hay una relación directa entre ambas variables,

Palabras clave: motivación del personal, calidad de servicio, modelo SERVQUAL.

ABSTRACT

The research seeks to determine the impact of staff motivation on the quality of service at the BITEL company located in the Plaza de Armas of Cajamarca. with the purpose of offering a diagnosis that allows managers to guide them to improve the treatment of their staff, as well as the quality of service they offer to their clients.

The research used the questionnaire instrument and the survey technique that was applied to a sample of 20 workers working in the company to investigate the motivation of the staff and 291 customers of the company for quality of service. He also hypothesized that the motivation of the staff in the company has a direct impact on the quality of service, which was corroborated with the results found, and that they are endorsed by the Pearson coefficient that has a value of 0.417 and the Alpha of Cronbach that has a value of 0.883.

In the investigation it was found that the motivation of the staff has serious administrative flaws, among which it is highlighted: the working conditions, the work elements, the interpersonal relationships and the salaries that are not at an adequate level, which causes through quality of service that customers manifest through each of the 5 dimensions of service quality, which demonstrates there is a direct relationship between both variables.

Keywords: staff motivation, quality of service, SERVQUAL model.

INTRODUCCIÓN

La motivación del personal es fundamental para que toda empresa pueda tener una ventaja competitiva frente a las demás porque con ello habrá más compromiso, solidaridad y un buen clima laboral, lo cual da como resultado un mejor trato a los clientes que finalmente se verá reflejado en un mejor desempeño personal, grupal y organizacional; es decir todos estarán enfocados en cumplir con los objetivos de la empresa.

La investigación se realizó mediante los siguientes capítulos:

En el capítulo I, se describe el problema de la investigación, los objetivos que se desea lograr y la justificación, así como las limitaciones y delimitaciones del trabajo de investigación.

En el capítulo II, se presenta el marco teórico referencial, en donde se enuncian los antecedentes de la investigación, las teorías que sustentan la investigación, también las bases conceptuales, se definen los términos básicos, así como la hipótesis de la investigación, con la respectiva operacionalidad de las variables.

En el capítulo III, se muestra la metodología utilizada en la investigación, precisando el tipo, diseño y método de investigación, población, muestra, así como las técnicas e instrumentos tanto de recolección como de procesamiento, análisis e interpretación.

En el capítulo IV, se realiza el análisis e interpretación de los resultados, describiendo los resultados de la investigación, análisis de fiabilidad y correlación de las variables y la discusión de resultados.

Y finalmente, se precisan las conclusiones a las que se arribó en el presente trabajo de investigación, se formulan algunas recomendaciones y se presenta las referencias.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

En el presente contexto dinámico y globalizado las empresas deben preocuparse por poner especial énfasis en su recurso humano ya que en la medida en que ellos se encuentren motivados, tendrán un buen desempeño laboral dentro de la empresa lo que repercutirá en la calidad de servicio. La motivación del personal entendida como un estado mental del personal es influida por un sinnúmero de factores internos y externos al trabajador que deben ser abordados correctamente por los gerentes.

De igual modo, la calidad de servicio es un factor clave para el éxito organizacional en las empresas en este contexto sumamente competitivo, si la calidad existe claramente la empresa será exitosa.

A pesar de reconocerse la valía tanto de la motivación del personal como de la calidad de servicio no hay un tratamiento adecuado y hay mucho descuido, lo cual se ve reflejado en una insatisfacción de los clientes y esto le ocasiona a la empresa un deficiente desarrollo de sus actividades y bajas ventas.

La empresa de telefonía en estudio a pesar de ser una trasnacional, no es ajena a esta problemática que ocasiona un estancamiento en sus ventas porque el personal no está motivado y por ende la calidad de servicio se ve afectada, prueba de ello es que de acuerdo a la data de BITEL S.A.C.; en el año 2018 la empresa tuvo un decremento del 5% con relación al año 2017 y además porque tiene una alta rotación de personal, ya que

este cada 4 meses sale de la empresa, lo cual ocasiona pérdidas económicas en la capacitación al nuevo personal.

Este contexto conllevó a realizar la presente investigación.

1.2. Formulación del problema

1.2.1. Problema general

¿Cuál es la repercusión de la motivación del personal en la calidad de servicio en la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019?

1.2.2. Problemas específicos

- ¿Cómo repercute las condiciones de trabajo en la calidad de servicio al cliente en la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019?
- ¿Cómo implican los elementos de trabajo en la calidad de servicio al cliente en la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019?
- ¿Cómo influyen las relaciones interpersonales en la calidad de servicio al cliente en la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019?
- ¿Cómo inciden las remuneraciones en la calidad de servicio al cliente en la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo general

Determinar la repercusión de la motivación del personal en la calidad de servicio de la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019.

1.3.2. Objetivos específicos

- Identificar la repercusión de las condiciones de trabajo en la calidad de servicio al cliente en la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019.
- Analizar la repercusión de los elementos de trabajo en la calidad de servicio al cliente en la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019.
- Establecer la repercusión de las relaciones interpersonales en la calidad de servicio al cliente en la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019.
- Reconocer la repercusión de las remuneraciones en la calidad de servicio al cliente en la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019.

1.4. Justificación de la investigación

Justificación práctica

El estudio permitirá a los gerentes de la empresa BITEL S.A.C. mejorar sus procesos tanto de motivación de personal como de calidad de servicio, brindándole elementos de juicio para elegir estrategias adecuadas para mejorar su estado situacional.

Justificación teórica-científica

El estudio busca contribuir con el incremento del conocimiento científico y con ello mejorar la discusión de la comunidad científica en cuanto al tema de motivación del personal y la calidad de servicio, para lo cual se utiliza las teorías mencionadas en el capítulo II de la investigación.

De igual modo servirá de estudio previo para investigaciones posteriores.

Justificación académica

El estudio permitirá afianzar los conocimientos adquiridos en mi formación profesional, así como para obtener el título profesional de Licenciado en Administración en la Escuela Académico Profesional de Administración de la Facultad de Ciencias Económicas, Contables y Administrativas de la Universidad Nacional de Cajamarca.

1.5. Limitaciones de la investigación

Principalmente fueron las siguientes:

- Falta de información respecto a este tema en la localidad en cuanto a operadores telefónicos.
- Reserva del personal para responder el cuestionario, lo cual se superó con la tramitación de un memorándum de la gerencia general de la empresa.

1.6. Delimitación de la investigación

1.6.1. Temática:

Motivación del personal y la calidad de servicio.

1.6.2. Espacial:

La investigación se desarrolló el distrito, provincia y departamento de Cajamarca.

1.6.3. Organizacional:

El estudio se desarrolló en la empresa BITEL S.A.C. ubicada en la plaza de armas del distrito, provincial y departamento de Cajamarca-Perú.

1.6.4. Temporal:

La investigación comprende el estudio en el año 2019.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

2.1.1. A nivel internacional

El autor Nhantumbo (2020) quien realizó su estudio en Chile denominado: *Evaluación de la motivación laboral de los trabajadores del Hospital General de Machava*, planteó como propósito principal el de evaluar los aspectos que impactan en la motivación laboral de los trabajadores del Hospital General de Machava. La investigación resultó ser de carácter cuantitativo, exploratorio y descriptivo, se requirió del aporte de 34 funcionarios pertenecientes a distintas áreas del hospital, además se empleó un cuestionario especializado en analizar los factores alrededor de la motivación el cual contó con 10 preguntas. Los resultados evidenciaron que el 62,4% de empleados pertenecientes al área técnica poseen un nivel elevado de motivación interna, al igual que el 60% de los especialistas de la salud, por último, un 59,4% de los funcionarios manifiestan también una motivación alta. Finalmente, como conclusión se percibió que la motivación de los empleados se encuentre influenciada por los factores externos e internos de la institución.

Asimismo, la autora Báez (2018) quien realizó su estudio en México denominado: *Evaluación de la motivación como factor causante de la mejora en el desempeño de los colaboradores de las MYPES en la ciudad de Puebla*, de tal modo, planteó como propósito general evaluar la motivación como factor causante de la

mejora en el desempeño de los colaboradores de las MYPES en la ciudad de Puebla. La metodología implicada fue de carácter mixto y la muestra consideró a 229 colaboradores de las diversas MYPES localizadas en Puebla. Los resultados reflejaron que un 33 % estuvo en desacuerdo referente a que obtienen incentivos por realizar sus funciones de manera adecuada, asimismo un 32% manifestó que mejorar constantemente en sus responsabilidades resultan un factor fundamental en la empresa. La conclusión principal demostró que la motivación es un componente clave que toda empresa debe ejercer si desea mejorar constantemente y mantener la productividad.

Por otro lado, la autora Gómez (2018) en su estudio denominado: *la motivación de los trabajadores en el sector bancario y su incidencia en el desempeño de los trabajadores millennials en Boyacá, Colombia* determinó como objetivo el evaluar la motivación de los trabajadores en el sector bancario y como este incide en el desempeño de los trabajadores millennials en Boyacá, Colombia. La investigación se desarrolló desde la perspectiva cuantitativa, descriptiva y no experimental, la población y muestra estuvo conformada por 53 trabajadores. Los resultados mostraron que el desempeño laboral de los trabajadores se encuentra en un rango alto dado a que se evidenció 44% de concordancia de las respuestas y un 72 % considero que requieren de motivaciones para establecer una seguridad particular en sus funciones. Como conclusión se evidenció que la motivación laboral si incide en el desempeño laboral de los trabajadores de categoría millennial.

Además, Sasale (2020) quien realizó su estudio en Argentina, denominado: *la incidencia de los factores motivacionales en el desempeño y productividad de los trabajadores del sector agropecuario de cuidado bovino*, por ello, planteó como objetivo general determinar la incidencia de los factores motivacionales en el desempeño y productividad de los trabajadores del sector agropecuario de cuidado bovino. La metodología fue de carácter cuantitativo, se requirió de la colaboración de 30 trabajadores registrados en RENATEA Y SENASA. Los resultados evidenciaron que el 74 % de los colaboradores reciben incentivos extrasalariales, un 48 % participa constantemente en la toma de decisiones y un 80 % manifestó estar satisfecho con sus funciones designadas. Las conclusiones demuestran que los trabajadores requieren de capacitaciones constantes para mantener una productividad adecuada, aquello resulta ser un elemento importante en la motivación de los colaboradores debido a que incentiva su experiencia y profesionalismo en el ámbito laboral.

Finalmente, la autora Hidalgo (2019) quien realizó su estudio en Ecuador, denominado: *Estrategia para ayudar a mejorar la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en el sistema financiero de cantón Ambato*, planteó como propósito principal plantear una estrategia para ayudar a mejorar la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en el sistema financiero de cantón Ambato. La metodología aplicada fue de carácter cuantitativo, de diseño no experimental, de nivel explicativo y de corte transversal, la población constó de un total de 450 usuarios activos de la entidad, de los cuales se extrajo una muestra de 270 individuos.

Los resultados mostraron que la calidad del servicio influye significativamente en la satisfacción de los usuarios por lo que la autora termina su escrito concluyendo al cliente recibir un servicio que se adecua a sus necesidades, este le guarda fidelidad a la marca.

2.1.2. A nivel nacional

Simón (2021), en su tesis “*Motivación laboral y su influencia en la calidad de servicio en la empresa Mendoza & Tapia SAC, lima, 2021*”. El estudio planteó como objetivo general demostrar la influencia de la motivación laboral en la calidad de servicio en la empresa Mendoza & Tapia SAC, Lima, 2021. La metodología implementada fue de carácter cuantitativo, tipo básica, nivel correlacional y diseño no experimental, donde se contó con una población y muestra conformada por 20 trabajadores de la empresa Mendoza & Tapia SAC a los cuales se les aplicó un cuestionario con relación a las variables de estudio con la finalidad de recolectar la información suficiente para poder cumplir con el propósito de la indagación. Los resultados evidenciaron que el 80 % consideró que la motivación laboral se encuentra en un nivel alto y un 75 % consideró que la calidad del servicio se encuentra en un nivel medio. Se concluyó el estudio determinando la influencia entre las variables planteadas y a su vez se pudo comprobar la hipótesis sugerida la cual menciona que la motivación laboral influye significativamente en la calidad de servicio en la empresa Mendoza & Tapia SAC, Lima, 2021, esto se logró a través del coeficiente de determinación obteniendo un 0,213 siendo que la motivación laboral constituye un 21,3% de la variación de la calidad de servicio.

La autora Risco (2020), en su tesis denominada: *La motivación de los trabajadores y la calidad de servicio al usuario en el ayuntamiento de Tumbes, 2019*, quién formuló como objetivo principal detallar el vínculo que existe entre la motivación en los trabajadores y la calidad de servicio al usuario en el ayuntamiento de Tumbes, 2019. La metodología aplicada fue de carácter cuantitativo, descriptivo y correlacional, asimismo se empleó un cuestionario sobre la muestra de 61 laboradores. Los resultados evidenciaron que 39.94 % laboradores consideran que son motivados a realizar sus funciones y un 18.03 % consideró que la calidad de servicio brindada se encuentra en un nivel adecuado y ecuánime. La conclusión determinó que existe un vínculo entre la motivación en los trabajadores y calidad del servicio, para ello se empleó la correlación de Spearman, donde $r=0.820$ y el valor de p es < 0.05

Por otro lado, los autores Roque y Yana (2019), en su investigación denominada: *Relación de la motivación laboral con la calidad de servicio en el centro sanitario Pulso Corporación en Arequipa, 2019*, plantearon como propósito el detallar el vínculo de la motivación laboral con la calidad de servicio en el centro sanitario Pulso Corporación en Arequipa, 2019. El estudio aglomeró características descriptivas y correlacionales, a la borde de un diseño no experimental, además la población y muestra estuvieron conformada por 74 laboradores (cuerpo médico, coordinadores, enfermería y área administrativa). Los resultados mostraron que el 45.95 % considero como regular el nivel de motivación brindado por la institución hacía los trabajadores. La conclusión demostró la existencia de un vínculo alto y

significativo entre las variables motivación laboral y calidad de servicio, por medio de la correlación de Pearson, cuyo resultado fue $r=0.874$ y p es $0.00 < 0.05$.

El autor Acero (2021) en su investigación denominada: *la motivación de los trabajadores y la calidad de servicio en la caja municipal de ahorro en Tacna, 2021*, presentó como objetivo determinar el nexo entre la motivación de los trabajadores y calidad de servicio en la caja municipal de ahorro en Tacna, 2021. La metodología aplicada fue de carácter básica, descriptiva y correlacional, se requirió de un cuestionario para la obtención de resultados factibles, el cual fue empleado sobre la muestra de 80 laboradores. Los resultados mostraron que el 55 % manifestó que el grado de motivación laboral se encuentra en un estado moderado, igualmente el 55 % consideró que la calidad de servicio se encuentra en una posición moderada. La conclusión determinó la existencia un nexo positivo y representativo entre las variables motivación de los trabajadores y calidad de servicio, dado que el coeficiente de correlación brindó como resultado $r=0.740$ y $p < 0.05$.

La autora Baca (2020) en su investigación de maestría denominada: *la motivación del personal de trabajo y calidad de servicio en un restaurante de Ate Vitarte, 2018*, planteó como objetivo general detallar el vínculo existente entre la motivación del personal de trabajo y calidad de servicio en un restaurante de Ate Vitarte, 2018. La metodología constó de la perspectiva cuantitativa, descriptivo, correlacional y no experimental. La población constó de 52 colaboradores y 63 usuarios, la muestra recurrió a optar por la colaboración de 63 usuarios, dado que se

empleó la muestra probabilística. Los resultados mostraron que un 86 % estuvo de acuerdo que se encuentra presente la motivación y reconocimiento en el área laboral y un 85 % estuvo de acuerdo que la capacidad de respuesta en la atención y servicio es adecuada. Finalmente, se evidenció que existe una relación positiva y significativa entre la motivación de los laboradores y

calidad de servicio, debido a que $r=0.791$ y p es $0.00 < 0.05$

2.1.3. A nivel local

Jáuregui y Chacha (2021), en sus tesis: *Motivación laboral y su relación con la calidad de servicio de la Unidades de Taxi de la empresa transportes público "Taxi Plus S.R.L.", Cajamarca-2020*. (Tesis de maestría). Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo. Concluye que en la Empresa de Transporte público "Taxi Plus. S.R.L, se ha observado que con el pasar del tiempo se ha perdido el interés por llevar a cabo las labores encomendadas por parte de los trabajadores de las unidades de taxi, así como de los encargados de brindarles las facilidades a éstos para el cumplimiento de sus funciones. Es así que la investigación tiene como *objetivo general*: Determinar la relación que existe entre la motivación laboral y la calidad de servicio de los trabajadores de unidades de taxi de la empresa de transporte público "TAXI PLUS SRL", 2020. Su *metodología* corresponderá a una investigación de nivel aplicada de diseño descriptivo correlacional de corte transversal, no experimental. Surgiendo *la interrogante*: ¿Cuál es la relación de influencia entre motivación laboral y calidad de servicio de los trabajadores de unidades de taxi de la empresa de transporte público "TAXI PLUS SRL", Cajamarca - 2020? Obteniendo

como resultados en cuanto a la variable de la calidad de servicio del personal ha sido malo, deficiente; que la motivación es uno de los medios a través de los cuales una organización puede asegurar la permanencia de sus empleados. Finalmente se concluye que en la Empresa de Transporte público “Taxi Plus. S.R.L en cuanto a la calidad de servicio ha sido deficiente por falta de motivación por razones de algunas fallas tecnológicas, de comunicación y de compañerismo.

Cueva (2021) en su tesis: *La motivación laboral y su influencia en la calidad de atención al cliente en la Empresa Hotelera Costa del Sol, Cajamarca.*

Universidad Privada del Norte. La presente investigación tiene como objetivo determinar el nivel de Motivación laboral y su influencia en la calidad de atención al cliente en la empresa hotelera Costa del Sol Cajamarca 2020. Para ello tomamos como base los fundamentos teóricos de motivación laboral y atención al cliente. El enfoque de investigación utilizado es cuantitativo, de diseño no experimental – descriptivo correlacional. Se aplicó la muestra a 7 clientes y a 7 colaboradores del hotel Costa del Sol Cajamarca, teniendo como variable independiente: Motivación laboral y como variable dependiente: Atención al cliente. La recolección de datos se realizó a través de dos cuestionarios validados por expertos. El instrumento de medida que se aplicaron es la escala de Likert. Para medir la fiabilidad del cuestionario se utilizó el Alfa de Cronbach, para la variable motivación laboral el resultado fue un coeficiente de 0.717 y para la variable atención al cliente fue 0.685 indicando un grado de valoración de nivel aceptable. En ese contexto se una ha visto adecuado proponer la implementación de un programa de capacitación y estrategias

para el ascenso de los trabajadores, lo que generaría incrementar el nivel de motivación laboral por lo tanto esto ya se verá reflejado en una satisfacción total por el cliente.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Teoría de motivación del personal

2.2.1.1. Teoría de Herzberg

Hellriegel (2005) señala que Frederick Herzberg; formuló la teoría de los dos factores para explicar mejor el comportamiento de las personas en el trabajo y plantea la existencia de dos factores que orientan el comportamiento de las personas por estar relacionados con la insatisfacción, Herzberg los llama factores de insatisfacción.

Es una teoría formulada por Frederick Herzberg, para explicar el comportamiento de las personas en situaciones de trabajo. La Teoría de los dos Factores establece que los factores que generan insatisfacción en los trabajadores son de naturaleza totalmente diferente de los factores que producen la satisfacción. La teoría parte de que el hombre tiene un doble sistema de necesidades: la necesidad de evitar el dolor o las situaciones desagradables y la necesidad de crecer emocional e intelectualmente. Por ser cualitativamente distintos, cada tipo de necesidad, en el mundo del trabajo, requiere de incentivos diferentes. Por eso se puede hablar de dos tipos de factores que intervienen en la motivación en el trabajo.

Los dos factores son:

- **Factores higiénicos**

La insatisfacción es principalmente el resultado de los factores de higiene. Si estos factores faltan o son inadecuados, causan insatisfacción, pero su presencia tiene muy poco efecto en la satisfacción a largo plazo. Herzberg señala que: “Cuando los factores higiénicos son óptimos, sólo evitan la insatisfacción de los empleados, pues no consiguen elevar consistentemente la satisfacción, y cuando la elevan, no logran sostenerla por mucho tiempo. Pero, cuando los factores higiénicos son pésimos o precarios, provocan la insatisfacción de los empleados”. Entre estos factores están:

- Sueldo y beneficios: Una necesidad económica, siendo un factor higiénico porque el sueldo lo paga el jefe o la persona quien contrata.
- Política de la empresa y su organización: Se refiere a que el empleado está regulado por una política de la empresa.
- Relaciones con los compañeros de trabajo: El trabajador siempre estará en un ambiente laboral, por ello siempre habrá relaciones con los compañeros de trabajo.
- Ambiente físico: El lugar donde se lleve a cabo las labores del trabajador o colaborador.
- Supervisión: Cuando existe una persona que vigila todo tu procedimiento durante la jornada de trabajo.

- Status: El “status” que llevas dentro de la organización de la empresa.
- Seguridad laboral: En un trabajo no solo se busca tener un seguro laboral, sino también una caja de ahorro, un incentivo que ayude.
- Crecimiento, madurez y consolidación: Esto se refiere a tu desarrollo en la empresa, es decir formar una línea de carrera.

- **Factores de motivación (satisfacción)**

Resultado de los factores de motivación. Estos factores ayudan a aumentar la satisfacción del individuo, pero tienen poco efecto sobre la insatisfacción. Entre estos factores tenemos:

- Logros y reconocimiento: Se refiere al reconocimiento que tienes dentro de la empresa, esto a la vez motiva al trabajador o colaborador y hace que se comprometa con sus labores.
- Independencia laboral y responsabilidad: Radica en el ámbito laboral, haciendo que el trabajador realice sus labores horadamente y a cabalidad.

2.2.2. Teorías de calidad de servicio

2.2.2.1. Teoría científica de la calidad de Juran

D’Alessio (2012) señala que las contribuciones de Joseph Moses Juran (1904-2008) a la administración de empresas son inconmensurables, tanto que se le considera como uno de los padres de la gestión de la calidad. A

propósito de ello, a la pregunta *¿Cuál cree que fue su mayor contribución?*

Juran respondió “Contribuí a una nueva ciencia: la gestión de la calidad”.

Los principales aportes:

- Juran proporcionó la definición más precisa y aplicable de lo que llamamos calidad.
- Definió dos secuencias universales de los pasos a seguir, una para lograr avances decisivos, otra para lograr el control.
- Articuló el Principio de Pareto, que sostiene que un pequeño porcentaje de factores en cualquier situación dará lugar a un gran porcentaje del efecto.
- Argumentó que una estructura organizacional de apoyo y compromiso de la dirección son esenciales para el logro de la calidad.

La filosofía de Juran

Chiavenato (2007), señala que Juran enseñó los principios de calidad a los japoneses en la década de 1950 y fue una fuerza importante en su reorganización para la calidad. Entre los pasos que emprendieron las organizaciones japonesas como resultado del liderazgo de Juran estuvieron los siguientes:

- Dirigir la calidad desde el nivel de dirección principal.
- Capacitar a toda la jerarquía administrativa en los principios de la calidad.
- Luchar por mejorar la calidad a una velocidad inusual.

- Informar del avance en las metas de calidad a los niveles ejecutivos.
- Hacer participar a la fuerza laboral en la calidad.
- Revisar la estructura de recompensas y reconocimiento para incluir la calidad.

Estos principios aún son el eje central de la cultura de calidad moderna.

2.3. Bases conceptuales

2.3.1. Motivación del personal

A. Definición

Hellriegel (2005) señala que es un sentimiento impulsivo, producto del deseo de hacer u obtener algo, el cual muchas veces nos puede llevar a actuar en forma positiva o competitiva y otras veces en forma negativa o inescrupulosa. Esto nos debe hacer pensar que lo contrario a la Motivación, es la Indiferencia.

B. Factores influyentes de la motivación

Hellriegel (2005) identifica los siguientes:

- *Ambiente comfortable*: Este ambiente debe ser agradable, debe ofrecer seguridad, a través del control y/o vigilancia.
- *La Motivación*: La motivación es personal y los gerentes deben conocer cuáles son las principales motivaciones del personal.

- *Comunicación*: Es el proceso de comunicación que tienen los distintos grupos sociales.
- *Comunicación organizacional*: Para la organización, lo más importante es la comunicación, ya que permite llevar la dirección y saber qué decisiones tomar.
- *Cultura organizacional*: es todo lo referido a las normas y valores por los que se rige una empresa.
- *Incentivos*: Son aquellas recompensas que obtiene el trabajador por realizar de manera adecuada sus labores.
- *Motivación del empleado*: Aquí se encuentra la motivación extrínseca y la motivación intrínseca.
- *Motivación en el trabajo*: Le permite al hombre obtener recompensas sociales. Por ejemplo: respeto, interacciones sociales, etc...
- *Organización Inteligente*: Son las empresas que reconocen al personal por su poder y talento frente a la actividad que desarrollan.
- *Responsabilidad en el trabajo*: Es la capacidad por una acción. Este elemento posee tres dimensiones, *Individual*, el líder responsable, es la persona que se encuentra capacitada para desarrollar una respuesta rápida y es responsable en todo sentido; *Colectiva*, Es la capacidad de influir en un grupo; *Generacional*, Su meta es dejar parte de su trabajo o sus actitudes a sus herederos.

C. Dimensiones

Robbins (2013) considera las siguientes dimensiones:

- **Dimensión 1: Condiciones de trabajo**

Este factor está vinculado al **estado del entorno laboral**. El concepto refiere a la calidad, la **seguridad** y la limpieza de la infraestructura, entre otros factores que inciden en el **bienestar** y la **salud** del trabajador.

Sus indicadores son: instalaciones y seguridad.

- **Dimensión 2: Elementos de trabajo**

Son los medios materiales, maquinas, equipos mobiliarios que el trabajador necesita para desarrollar sus actividades laborales.

Sus indicadores son: Equipos y muebles y enseres.

- **Dimensión 3: Relaciones interpersonales**

Se trata de relaciones sociales que, como tales, se encuentran reguladas por las leyes e instituciones de la interacción social.

Permiten alcanzar ciertos objetivos necesarios que están implícitas a la hora de entablar lazos con otras personas. Es posible utilizarlas como un medio para obtener ciertos beneficios, tales como un puesto de trabajo.

Sus indicadores son: relaciones con sus superiores y con sus compañeros.

- **Dimensión 4: Remuneraciones**

El salario es la remuneración o pago por la labor desarrollada por el trabajador. Es la contraprestación por los servicios prestados que pueden ser en dinero o bienes no dinerarios.

Sus indicadores son: sueldos y beneficios sociales.

2.3.2. Calidad de servicio

A. Definición

Vigo (2006) señala que un servicio de calidad es el ajuste a las especificaciones del cliente, es tanto realidad como percepción, es como el cliente percibe lo que ocurre basándose en sus expectativas del servicio.

B. Dimensiones de la calidad de servicio

Chiavenato (2007), señala que estas dimensiones son tomadas del modelo SERVQUAL que identifica las cinco dimensiones relativas a los criterios de evaluación que utilizan los clientes para valorar la calidad en un servicio.

- **Dimensión 1: Fiabilidad:** Habilidad para realizar el servicio de modo cuidadoso y fiable. Sus indicadores son: Cumplimiento, sinceridad, brindar buen servicio a la primera y servicio sin errores.

- **Dimensión 2: Capacidad de respuesta:** Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido. Sus indicadores son: cumplir plazos prometidos, prontitud en el servicio, disponibilidad para ayudar siempre y disposición para aclarar dudas.

- **Dimensión 3: Seguridad:** Conocimientos y atención mostrados por los empleados y sus habilidades para concitar credibilidad y confianza.

Sus indicadores son: Inspirar confianza, inspirar seguridad, cortesía y conocimiento para responder preguntas.

- **Dimensión 4: Empatía:** Atención personalizada que dispensa la organización a sus clientes. Sus indicadores son: horarios convenientes, atención personalizada, enfoque en el servicio e interés y preocupación genuina.

- **Dimensión 5: Elementos tangibles:** Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación. Sus indicadores son: Apariencia de las instalaciones físicas, de equipos, del personal y con los materiales asociados al servicio.

2.4. Definición de términos básicos

- **Calidad**

La calidad es una herramienta básica e importante para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que la misma sea comparada con cualquier otra de su misma especie.

- **Cliente**

Toda persona natural o jurídica que demanda los productos de una organización.

- **Excelencia**

La excelencia es una virtud, un talento o cualidad, lo que resulta extraordinariamente bueno y también lo que exalta las normas ordinarias. Es también un objetivo para el estándar de rendimiento y algo perfecto.

- **Expectativas**

Una expectativa es lo que se le muestra en la sociedad. Una expectativa, es lo que ves más allá de lo que puedes ver, puede o no ser realista. Un resultado menos ventajoso ocasiona una decepción, al menos generalmente. Si algo que pasa es completamente inesperado suele ser una sorpresa.

- **Motivación**

Es la acción y efecto de motivar. Es el motivo o la razón que provoca la realización o la omisión de una acción. Se trata de un componente psicológico que orienta, mantiene y determina la conducta de una persona.

- **Percepción**

La percepción es la forma en la que el cerebro detecta las sensaciones que recibe a través de los sentidos para formar una impresión consciente de la realidad física de su entorno.

- **Servicio**

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan satisfacer las necesidades de un cliente.

- **Telefonía**

Sistema de comunicación para la transmisión de sonidos a larga distancia mediante medios eléctricos o electromagnéticos.

2.5. Hipótesis de la investigación

2.5.1. Hipótesis general

La motivación del personal repercute directamente en la calidad de servicio en la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019.

2.5.2. Hipótesis específicas

- Las condiciones de trabajo repercuten directamente en la calidad de servicio al cliente en la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019.
- Los elementos de trabajo repercuten directamente en la calidad de servicio al cliente en la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019.
- Las relaciones interpersonales repercuten directamente en la calidad de servicio al cliente en la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019.
- Las remuneraciones repercuten directamente en la calidad de servicio al cliente en la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019.

2.6. Variables de la investigación

Variable X:

Motivación del personal

Variable Y:

Calidad de servicio

2.7. Operacionalización de las variables de la investigación

Tabla 1

Operacionalización de las variables

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Índice
<p>Variable X</p> <p>Motivación de personal</p>	<p>Es la capacidad que tienen las empresas y organizaciones para mantener el estímulo positivo de sus empleados en relación a todas las actividades que realizan para llevar a cabo los objetos de la misma, es decir, en relación al trabajo. Robbins (2013)</p>	<p>Es aquello que impulsa a los individuos a intentar conseguir mediante acciones, el logro de algún objetivo; alcanzar metas, ya sean personales o de grupo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Condiciones de trabajo ▪ Elementos de trabajo ▪ Relaciones interpersonales ▪ Remuneraciones 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cantidad de instalaciones ▪ Nivel de seguridad ▪ Número de equipos ▪ Numero de muebles y enseres ▪ Nivel de relaciones con sus superiores ▪ Nivel de relaciones con sus compañeros ▪ Cumplimiento de sueldos ▪ Cumplimiento de beneficios sociales 	
<p>Variable Y</p> <p>Calidad de servicio</p>	<p>Calidad de Servicio es un concepto que deriva de la propia definición de Calidad, entendida como satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente o, expresado en palabras de J. M. Juran, como aptitud de uso. D'Alessio (2012)</p>	<p>Concepto que se refiere al grado de cumplimiento de las expectativas de los clientes e función de sus percepciones.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elementos tangibles ▪ Fiabilidad ▪ Capacidad de respuesta ▪ Seguridad ▪ Empatía 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cantidad de Instalaciones físicas ▪ Cantidad de equipos ▪ Cantidad del personal ▪ Cantidad de materiales asociados al servicio ▪ Nivel de cumplimiento con el servicio ofrecido ▪ Nivel de sinceridad ▪ Nivel del servicio ▪ Nivel del servicio sin errores ▪ Cumplimiento de plazos prometidos ▪ Cumplimiento en el servicio ▪ Disponibilidad para ayudar siempre ▪ Disposición para aclarar dudas. ▪ Nivel de confianza ▪ Nivel de seguridad ▪ Nivel de cortesía ▪ Nivel de conocimiento para responder preguntas ▪ Cumplimiento de horarios convenientes ▪ Frecuencia de atención personalizada ▪ Nivel de enfoque en el servicio ▪ Nivel de interés y preocupación genuina. 	<p>Cuantitativo para ambas variables.</p>

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y nivel de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

El estudio por su naturaleza es de tipología aplicada, ya que emplea marco teórico existente y porque se aplicó en una empresa real para explicar fenómenos, que luego se contrasta con los resultados que se encuentren.

Hernández y Mendoza (2018)

3.1.2. Nivel de investigación

El estudio es descriptivo y correlacional porque luego de describir a ambas variables (motivación de personal y calidad de servicio), se buscó identificar la correlación entre ambas. Hernández y Mendoza (2018)

3.2. Diseño de investigación

El estudio es de diseño no experimental y de corte transversal, porque no se manipularon las variables por la investigadora y se recopilaron los datos en un momento determinado del tiempo. Hernández y Mendoza (2018)

3.3. Población y muestra.

3.3.1. Población

Para la variable motivación de personal fueron los 20 trabajadores del punto de venta de BITEL S.A.C. de la plaza de armas de Cajamarca.

Para la variable calidad de servicio, fueron los 1200 clientes de la empresa BITEL S.A.C. Cajamarca.

3.3.2. Muestra

Para la variable motivación fue no probabilística porque la población es pequeña, es decir, es tipo censo, porque se tomó en cuenta a los 20 trabajadores de la empresa BITEL S.A.C. (Ver apéndice 1).

Para la variable calidad de servicio (encuesta aplicada a clientes tomados de la base de datos de la empresa BITEL S.A.C. 2019, ver apéndice 2) fue probabilística, y se calculó mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{NZ^2 * p * q}{e^2N + Z^2 * pq}$$

Donde:

N: Población 1200 personas

Z: Nivel de confianza 1.96

p: variabilidad positiva 0.5

q: variabilidad negativa 0.5

e: error de muestra 0.05

$$n = \frac{1200 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{0.5^2 * 1200 + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$n = 291$ clientes.

3.4. Instrumentos y técnicas de recolección de datos.

El estudio empleó el instrumento del cuestionario.

Para la motivación del personal fue tipo escala de Likert y para la calidad de servicio fue adaptado del modelo SERVQUAL y la técnica para ambas variables fue la encuesta.

3.5. Técnicas para el procesamiento y análisis de la información

La técnica para el procesamiento de información recopilada fue en forma manual y computarizada mediante el Excel y el estadístico mediante el SPSS 22.0, tanto para el Alfa de Cronbach como para el coeficiente de Pearson para ver la correlación entre las variables.

La investigación interpretó y analizó los resultados de la información procesada en función de los indicadores de las dimensiones de cada una de las variables del estudio.

Motivación del personal:

15 ítems por valoración máxima de 3, total 45 puntos

15 ítems por valoración mínima de 1, total 15 puntos

El análisis se llevó a cabo tomando en cuenta la siguiente tabla de valoración:

Tabla 2

Escala de valoración para motivación del personal

No	Regular	Si
Malo	Regular	Bueno
1	2	3
1-15	16-30	31-45

Nota: Elaboración propia

Calidad de servicio:

15 ítems por valoración máxima de 3, total 45 puntos

15 ítems por valoración mínima de 1, total 15 puntos

El análisis se llevó a cabo teniendo en cuenta la siguiente tabla de valoración:

Tabla 3*Escala de valoración para calidad de servicio*

Muy en desacuerdo y en desacuerdo	Indiferente	De acuerdo y muy de acuerdo
Malo	Regular	Bueno
1	2	3
1-15	16-30	31-45

Nota: Para homogenizar los valores de la encuesta, la tabla 3 nos muestra que las alternativas: “muy en desacuerdo y en desacuerdo” tienen el valor de 1 y están dentro de malo; “indiferente” tiene el valor de 2 y están dentro de regular; y “de acuerdo y muy de acuerdo” tienen el valor de 3 y están dentro de bueno.

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1. Resultados.

La investigación se llevó a cabo mediante la aplicación de una encuesta con 30 ítems, de los cuales 15 ítems corresponden a la motivación del personal y 15 son de calidad de servicio, que aplicaron a la muestra correspondiente:

4.1.1. Motivación del personal

- **Condiciones de trabajo**

Tabla 4

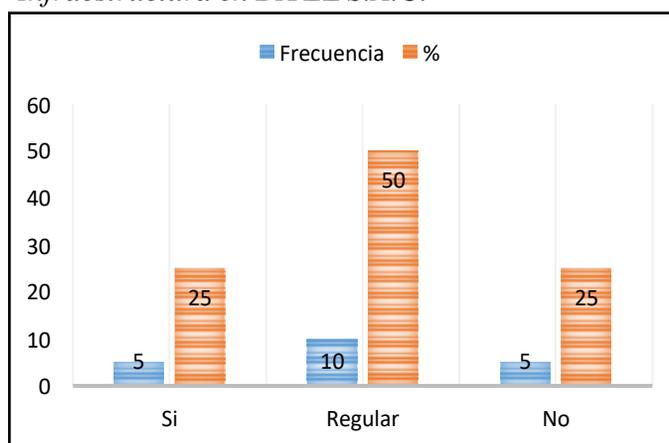
Infraestructura de trabajo en BITEL S.A.C.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	5	25
Regular	10	50
No	5	25
Total	20	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 1

Infraestructura en BITEL S.A.C.



Nota. Tomado de la tabla 4.

Interpretación:

De los 20 trabajadores de BITEL S.A.C. encuestados; ante la pregunta de que, si la infraestructura de trabajo es adecuada, el 50% señala que es “regular”, mientras que el 25% indican que es adecuada y el 25% restante opina que no es adecuada.

Esta situación en la empresa denota preocupación porque indica que las condiciones laborales básicas no permiten que el personal trabaje cómodamente lo cual seguramente origina un bajo desempeño laboral que afecta el servicio a los clientes.

Tabla 5

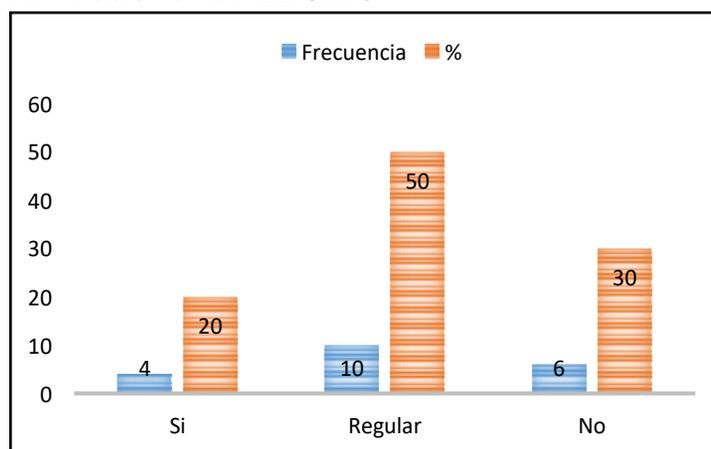
La iluminación del área de trabajo en BITEL S.A.C.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	4	20
Regular	10	50
No	6	30
Total	20	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 2

Iluminación en BITEL S.A.C.



Nota. Tomado de la tabla 5.

Interpretación:

De los 20 trabajadores de BITEL S.A.C. encuestados; ante la pregunta de que, si la iluminación de trabajo es adecuada, el 50% señala que es “regular”, mientras que el 25% indican que es adecuada y el 25% restante opina que no es adecuada.

Esta situación en la empresa denota preocupación porque indica que las condiciones laborales básicas no permiten que el personal trabaje cómodamente lo cual seguramente origina un bajo desempeño laboral que afecta el servicio a los clientes.

Tabla 6

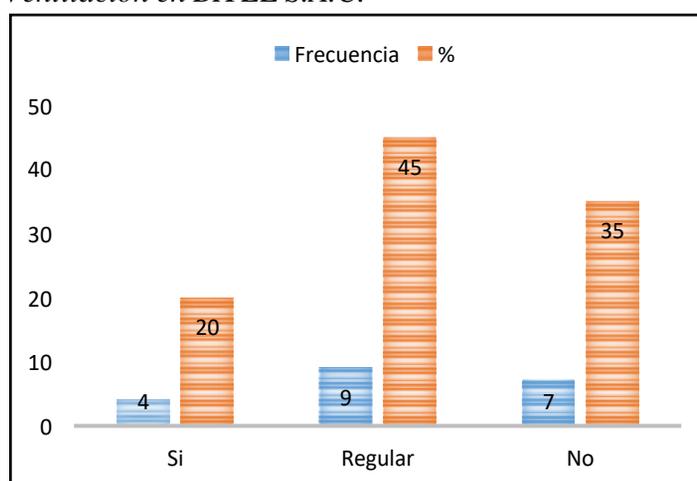
Ventilación en BITEL S.A.C.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	4	20
Regular	9	45
No	7	35
Total	20	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 3

Ventilación en BITEL S.A.C.



Nota. Tomado de la tabla 6.

Interpretación:

De los 20 trabajadores de BITEL S.A.C. encuestados; ante la pregunta de que, si la ventilación de trabajo es adecuada, el 45% señala que es “regular”, mientras que el 25% indican que es adecuada y el 35% restante opina que no es adecuada.

Esta situación en la empresa denota preocupación porque indica que las condiciones laborales básicas no permiten que el personal trabaje cómodamente lo cual seguramente origina un bajo desempeño laboral que afecta el servicio a los clientes.

Tabla 7

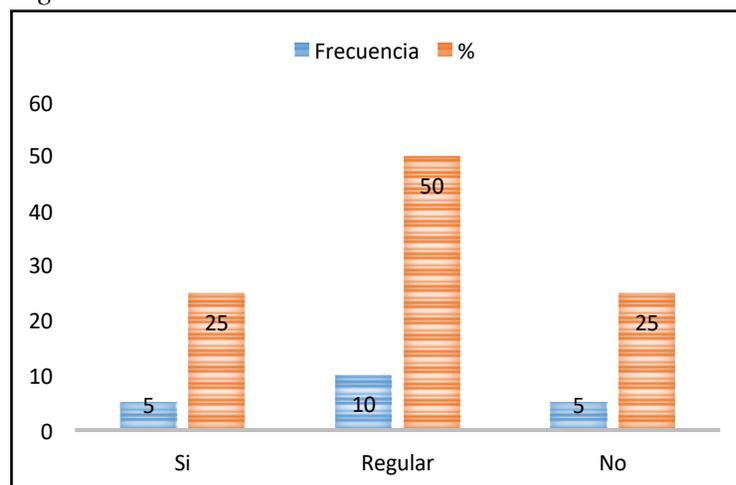
Seguridad en instalaciones.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	5	25
Regular	10	50
No	5	25
Total	20	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 4

Seguridad en instalaciones.



Nota. Tomado de la tabla 7.

Interpretación:

De los 20 trabajadores de BITEL S.A.C. encuestados; ante la pregunta de que, si las instalaciones de BITEL S.A.C. son seguras, el 50% señala que es “regular”, mientras que el 25% indican que es adecuada y el 25% restante opina que no es adecuada.

Esta situación denota preocupación porque indica que las condiciones laborales básicas no permiten que el personal trabaje cómodamente lo cual seguramente origina un bajo desempeño laboral que afecta el servicio a los clientes.

- **Elementos de trabajo**

Tabla 8

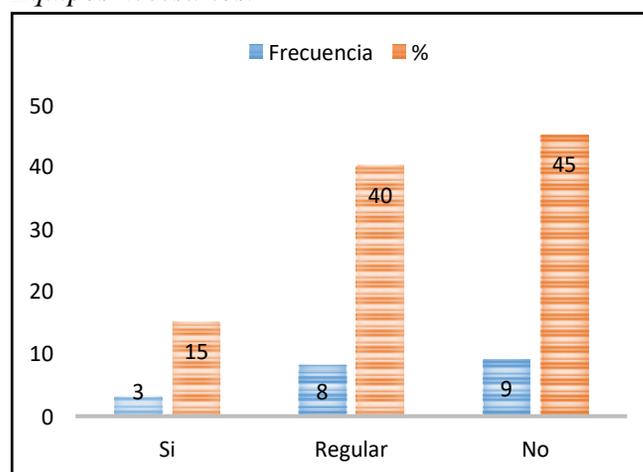
Equipos necesarios.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	15
Regular	8	40
No	9	45
Total	20	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 5

Equipos necesarios.



Nota. Tomado de la tabla 8.

Interpretación:

De los 20 trabajadores de BITEL S.A.C. encuestados; ante la pregunta de que, si cuentan con los equipos necesarios, el 45% señala que es “no”, mientras que el 40% indican que solo en forma “regular” y el 15% restante opina que si cuenta con equipos necesarios.

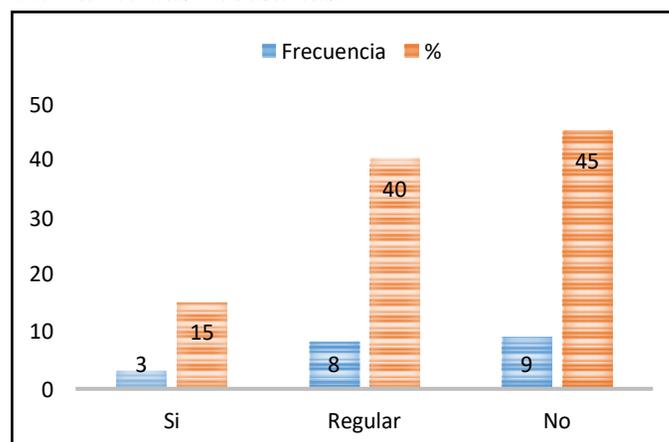
Esta situación en la empresa es preocupante porque denota que los elementos necesarios para trabajar no son los adecuados, lo cual origina un bajo desempeño laboral y finalmente afecta el servicio a los clientes.

Tabla 9
Herramientas necesarias.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	15
Regular	8	40
No	9	45
Total	20	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 6
Herramientas necesarias.



Nota. Tomado de la tabla 9.

Interpretación:

De los 20 trabajadores de BITEL S.A.C. encuestados; ante la pregunta de que, si cuentan con las herramientas necesarias, el 45% señala que es “no”, mientras que el 40% indican que solo en forma “regular” y el 15% restante opina que si cuenta con equipos necesarios.

Esta situación en la empresa es preocupante porque denota que los elementos necesarios para trabajar no son los adecuados, lo cual origina un bajo desempeño laboral y finalmente afecta el servicio a los clientes.

•Relaciones interpersonales Tabla

10

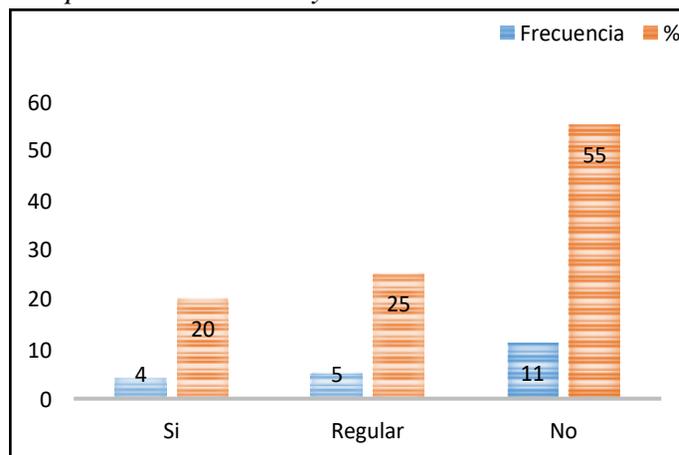
Compañeros solidarios y amables.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	4	20
Regular	5	25
No	11	55
Total	20	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 7

Compañeros solidarios y amables.



Nota. Tomado de la tabla 10.

Interpretación:

De los 20 trabajadores de BITEL S.A.C. encuestados; ante la pregunta de que, si cuentan con compañeros solidarios, el 55% señala que “no”, mientras que el 25% indican que solo en forma “regular”.

Esta situación en la empresa es preocupante porque denota que los las relaciones con sus compañeros de trabajo no son las adecuados, lo cual origina un bajo desempeño laboral y finalmente afecta el servicio a los clientes.

Tabla 11

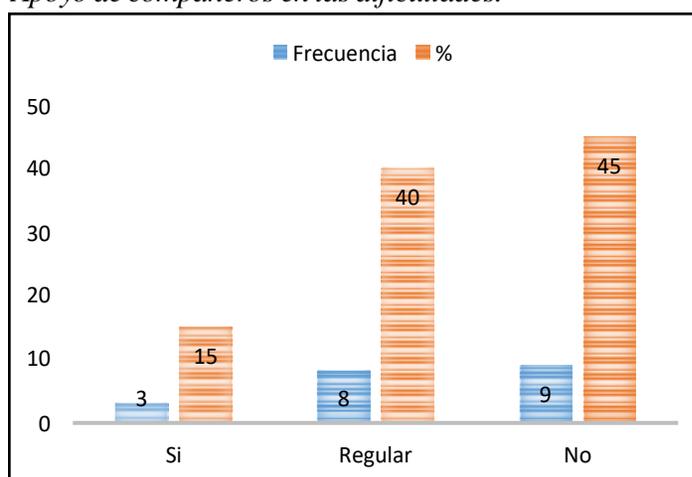
Apoyo de compañeros en las dificultades.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	15
Regular	8	40
No	9	45
Total	20	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 8

Apoyo de compañeros en las dificultades.



Nota. Tomado de la tabla 11.

Interpretación:

De los 20 trabajadores de BITEL S.A.C. encuestados; ante la pregunta de que, si cuentan con el apoyo de sus compañeros ante una dificultad, el 45% señala que “no”, mientras que el 40% indican que solo en forma “regular”.

Esta situación en la empresa es preocupante porque denota que las relaciones con sus compañeros de trabajo no son las adecuadas, lo cual origina un bajo desempeño laboral y finalmente afecta el servicio a los clientes.

Tabla 12

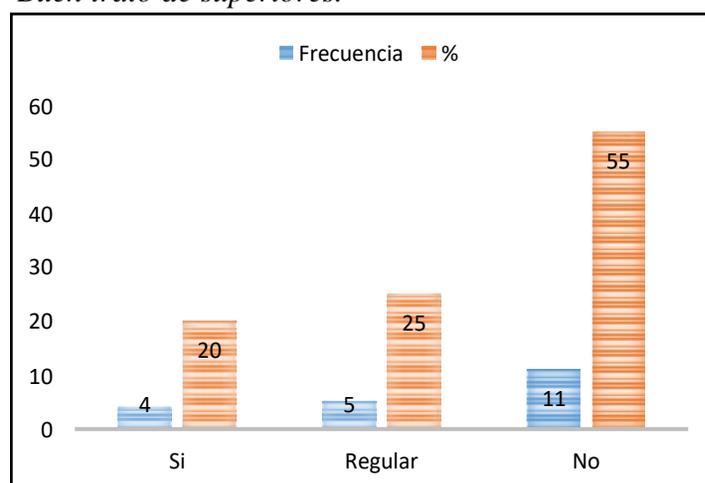
Buen trato de superiores.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	4	20
Regular	5	25
No	11	55
Total	20	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 9

Buen trato de superiores.



Nota. Tomado de la tabla 12.

Interpretación:

De los 20 trabajadores de BITEL S.A.C. encuestados; ante la pregunta de que, si reciben buen trato de sus superiores, el 55% señala que “no”, mientras que el 25% indican que solo en forma “regular”.

Esta situación en la empresa es preocupante porque denota que las relaciones con sus superiores (gerentes) no son las adecuadas, lo cual origina un bajo desempeño laboral y finalmente afecta el servicio a los clientes.

Tabla 13

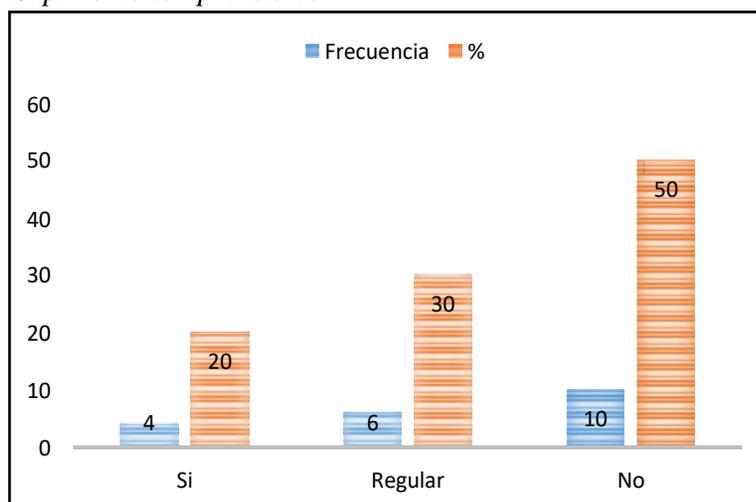
Superiores comprensibles.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	4	20
Regular	6	30
No	10	50
Total	20	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 10

Superiores comprensibles.



Nota. Tomado de la tabla 13.

Interpretación:

De los 20 trabajadores de BITEL S.A.C. encuestados; ante la pregunta de que, si sus superiores son comprensibles, el 50% señala que “no”, mientras que el 30% indican que solo en forma “regular”.

Esta situación en la empresa es preocupante porque denota que las relaciones con sus superiores (gerentes) no son las adecuadas, lo cual origina un bajo desempeño laboral y finalmente afecta el servicio a los clientes.

•RemuneracionesTabla

14

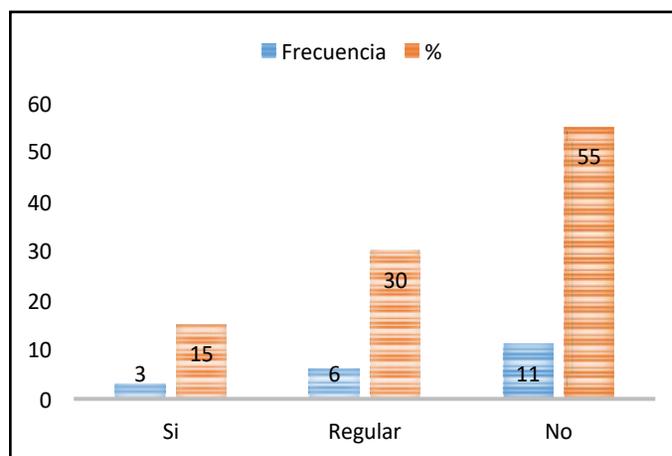
Sueldos atractivos.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	15
Regular	6	30
No	11	55
Total	20	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 11

Sueldos atractivos.



Nota. Tomado de la tabla 14.

Interpretación:

De los 20 trabajadores de BITEL S.A.C. encuestados; ante la pregunta de que, si los sueldos son atractivos, el 55% señala que “no”, mientras que el 30% indican que solo en forma “regular”.

Esta situación en la empresa es preocupante porque denota que las Remuneraciones no son las adecuados, lo cual origina insatisfacción laboral y finalmente afecta el servicio a los clientes.

Tabla 15

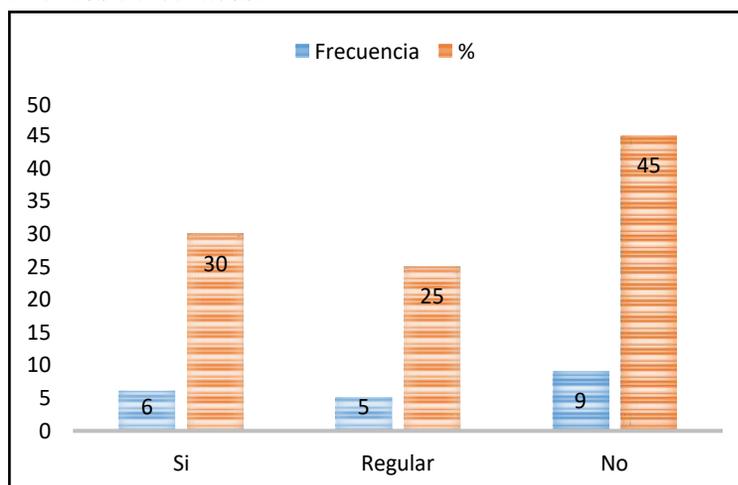
Premios e incentivos.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	6	30
Regular	5	25
No	9	45
Total	20	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 12

Premios e incentivos.



Nota. Tomado de la tabla 15.

Interpretación:

De los 20 trabajadores de BITEL S.A.C. encuestados; ante la pregunta de que, si premios e incentivos, el 45% señala que “no”, mientras que el 25% indican que “regular”.

Esta situación en la empresa es preocupante porque denota que las remuneraciones no son las adecuados, lo cual origina insatisfacción laboral y finalmente afecta el servicio a los clientes.

Tabla 16

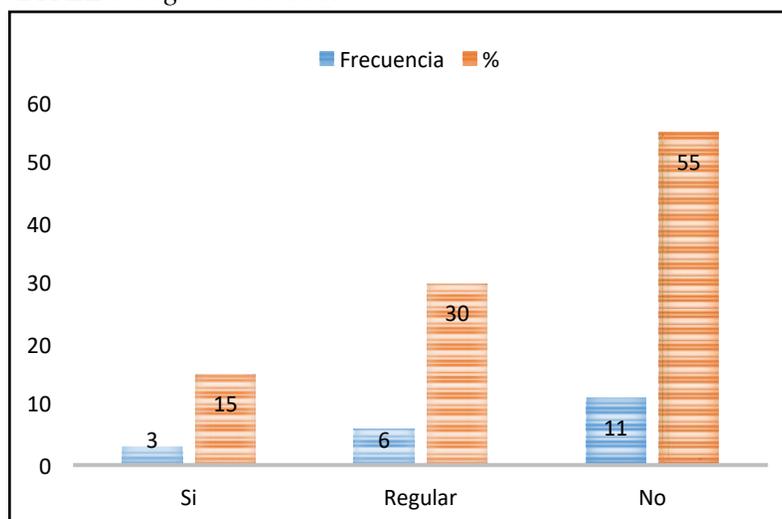
BITEL otorga vacaciones.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	15
Regular	6	30
No	11	55
Total	20	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 13

BITEL otorga vacaciones.



Nota. Tomado de la tabla 16.

Interpretación:

De los 20 trabajadores de BITEL S.A.C. encuestados; ante la pregunta de que, si se les otorga vacaciones, el 55% señala que “no”, mientras que el 30% indican que “regular”.

Esta situación en la empresa es preocupante porque denota que las remuneraciones no son las adecuados, lo cual originan insatisfacción laboral y finalmente afecta el servicio a los clientes.

Tabla 17

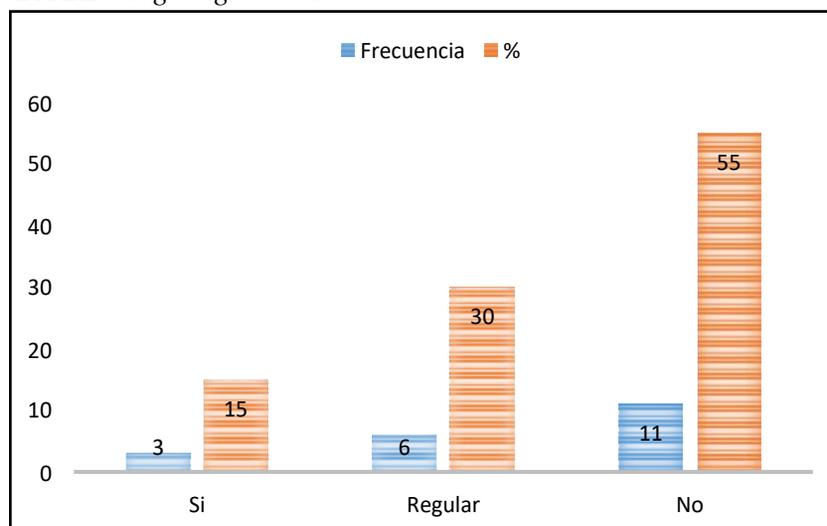
BITEL otorga seguro de salud.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	15
Regular	6	30
No	11	55
Total	20	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 14

BITEL otorga seguro de salud.



Nota. Tomado de la tabla 17.

Interpretación:

De los 20 trabajadores de BITEL S.A.C. encuestados; ante la pregunta de que, si se les otorga seguro de salud, el 55% señala que “no”, mientras que el 30% indican que “regular”.

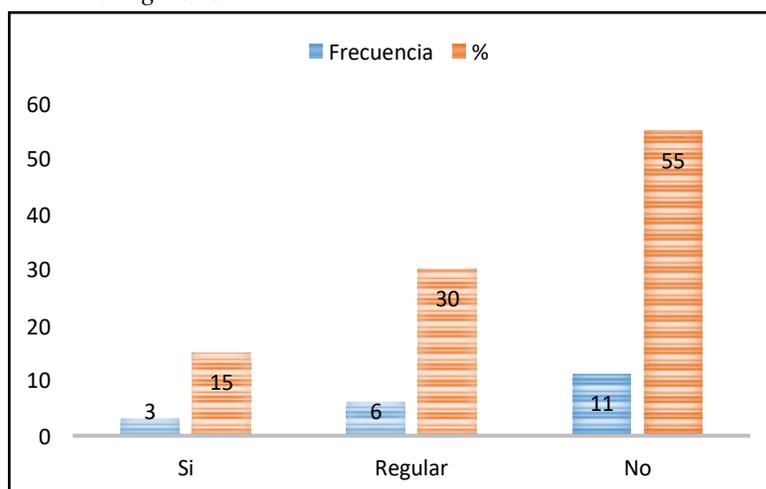
Esta situación en la empresa es preocupante porque denota que las remuneraciones no son las adecuados, lo cual origina insatisfacción laboral y finalmente afecta el servicio a los clientes.

Tabla 18
BITEL otorga CTS.

Alternativas	Frecuencia	%
Si	3	15
Regular	6	30
No	11	55
Total	20	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 15
BITEL otorga CTS.



Nota. Tomado de tabla 18.

Interpretación:

De los 20 trabajadores de BITEL S.A.C. encuestados; ante la pregunta de que, si se les otorga CTS, el 55% señala que “no”, mientras que el 30% indican que “regular”.

Esta situación en la empresa es preocupante porque denota que las remuneraciones no son las adecuados, lo cual origina insatisfacción laboral y finalmente afecta el servicio a los clientes.

4.1.2. Calidad de servicio

A. Elementos tangibles

Tabla 19

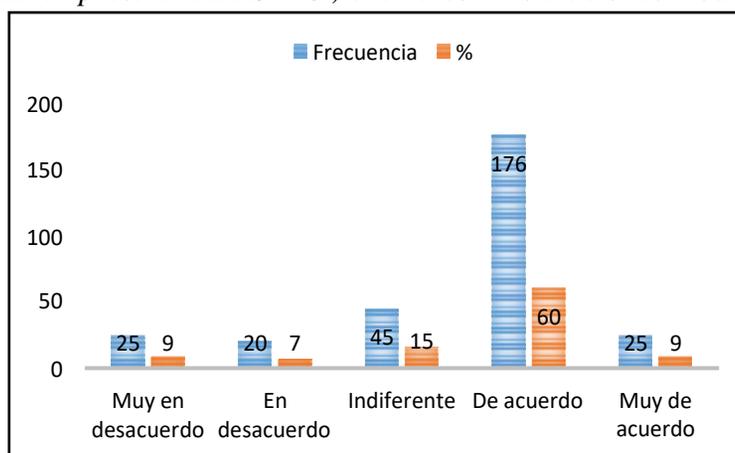
La empresa BITEL S.A.C., cuenta con instalaciones modernas y atractivas.

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	25	9
En desacuerdo	20	7
Indiferente	45	15
De acuerdo	176	60
Muy de acuerdo	25	9
Total	291	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 16

La empresa BITEL S.A.C., cuenta con instalaciones modernas y atractivas.



Nota. Tomado de la tabla 19

Interpretación:

De los 291 clientes encuestados; ante la pregunta de que, si la empresa BITEL S.A.C., cuenta con instalaciones modernas y atractivas, el 60% señala que está “de acuerdo”, mientras que el 15% manifiestan indiferencia ante la interrogante.

Esta situación de la empresa es preocupante porque este elemento tangible no es adecuado, lo cual origina afecta la calidad de servicio y consecuentemente ocasionará insatisfacción, en caso no se tome las medidas correctivas.

Tabla 20

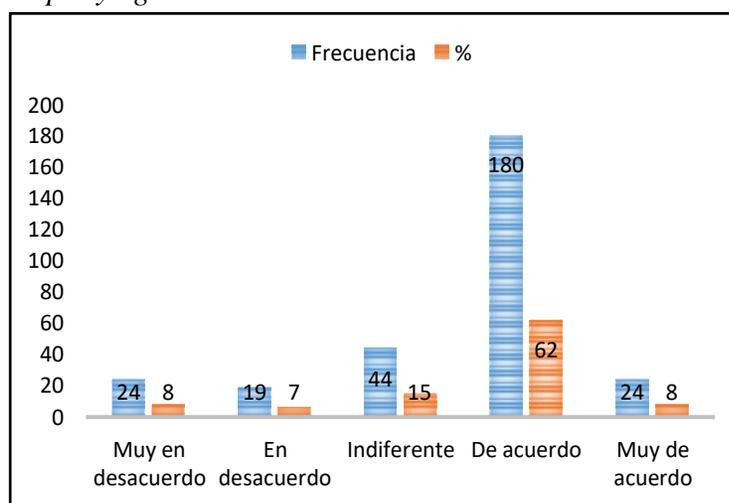
Los empleados de la empresa tienen una apariencia limpia y agradable

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	24	8
En desacuerdo	19	7
Indiferente	44	15
De acuerdo	180	62
Muy de acuerdo	24	8
Total	291	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 17

Los empleados de la empresa tienen una apariencia limpia y agradable



Nota. Tomado de la tabla 20

Interpretación:

De los 291 clientes encuestados; ante la pregunta de que, si la empresa BITEL S.A.C., cuenta con personal con apariencia limpia y agradable, el 62% señala que está “de acuerdo”, mientras que el 15% manifiestan indiferencia ante la interrogante.

Esta situación de la empresa es igualmente preocupante porque este elemento tangible no es adecuado, lo cual afecta la calidad de servicio y consecuentemente ocasionará insatisfacción, en caso no se tome las medidas correctivas.

B. Capacidad de respuesta

Tabla 21

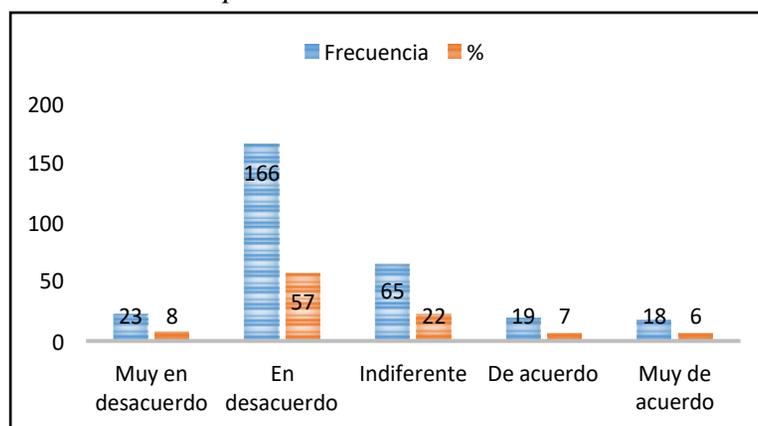
El personal de BITEL S.A.C. me ayudará a resolver inmediatamente problemas

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	23	8
En desacuerdo	166	57
Indiferente	65	22
De acuerdo	19	7
Muy de acuerdo	18	6
Total	291	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 18

El personal de BITEL S.A.C. me ayudará a resolverlo inmediatamente problemas



Nota. Tomado de la tabla 21

Interpretación:

De los 291 clientes encuestados; ante la pregunta de que, si en la empresa BITEL S.A.C., el personal ayudará a resolver los problemas inmediatamente, el 57% señala que está “en desacuerdo”, mientras que el 22% manifiestan indiferencia ante la interrogante.

Esta situación de la empresa es igualmente preocupante porque este factor de capacidad de respuesta no es adecuado, lo cual afecta a la calidad de servicio y consecuentemente ocasionará insatisfacción, en caso no se tome las medidas correctivas.

Tabla 22

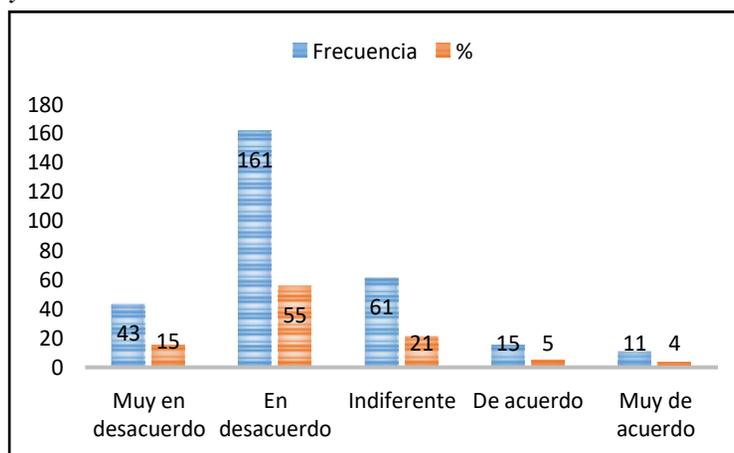
El personal de BITEL S.A.C. siempre está atento a mis deseos y necesidades:

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	43	15
En desacuerdo	161	55
Indiferente	61	21
De acuerdo	15	5
Muy de acuerdo	11	4
Total	291	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 19

El personal de BITEL S.A.C. siempre está atento a mis deseos y necesidades.



Nota. Tomado de la tabla 22

Interpretación:

De los 291 clientes encuestados; ante la pregunta de que, si en la empresa BITEL S.A.C., el personal está siempre atento a sus deseos y necesidades, el 55% señala que está “en desacuerdo”, mientras que el 21% manifiestan indiferencia ante la interrogante.

Esta situación de la empresa es igualmente preocupante porque este factor de capacidad de respuesta no es adecuado, lo cual afecta a la calidad de servicio y consecuentemente ocasionará insatisfacción, en caso no se tome las medidas correctivas.

C. Seguridad

Tabla 23

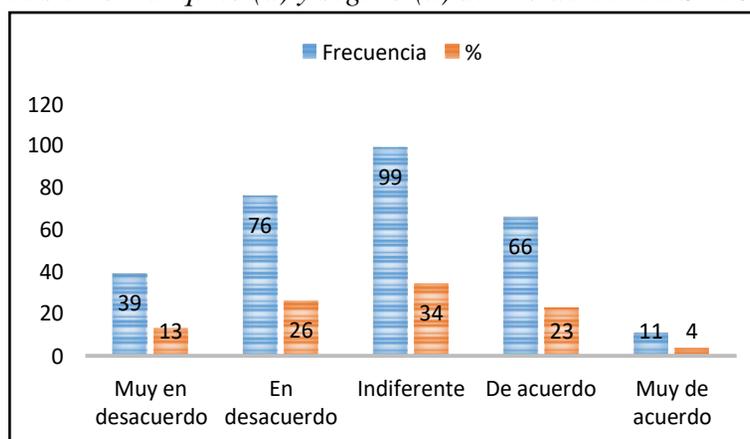
Me siento tranquilo (a) y seguro (a) dentro de BITEL S.A.C.

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	39	13
En desacuerdo	76	26
Indiferente	99	34
De acuerdo	66	23
Muy de acuerdo	11	4
Total	291	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 20

Me siento tranquilo (a) y seguro (a) dentro de BITEL S.A.C.



Nota. Tomado de la tabla 23

Interpretación:

De los 291 clientes encuestados; ante la pregunta de que, si en la empresa BITEL S.A.C., se siente seguro y tranquilo en la empresa, el 34% señala que le es “Indiferente”, mientras que el 26% manifiestan que están en desacuerdo ante esta interrogante.

Esta situación de la empresa es igualmente preocupante porque este factor de seguridad no es adecuado, lo cual afecta a la calidad de servicio y consecuentemente ocasionará insatisfacción, en caso no se tome las medidas correctivas.

Tabla 24

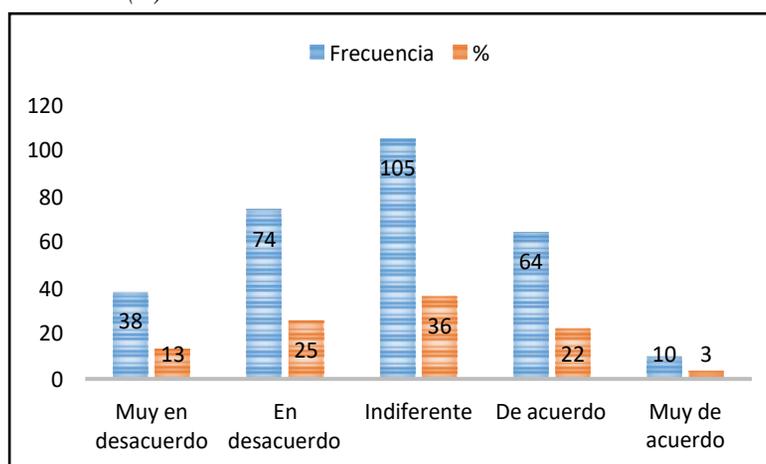
El ambiente que hay en BITEL S.A.C., me hace sentir cómodo (a) como en casa:

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	38	13
En desacuerdo	74	25
Indiferente	105	36
De acuerdo	64	22
Muy de acuerdo	10	3
Total	291	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 21

El ambiente que hay en BITEL S.A.C., me hace sentir cómodo (a) como en casa



Nota. Tomado de la tabla 24

Interpretación:

De los 291 clientes encuestados; ante la pregunta de que, si en la empresa BITEL S.A.C., hay un ambiente que da comodidad, el 36% señala que le es “Indiferente”, mientras que el 25% manifiestan que están en desacuerdo ante esta interrogante.

Esta situación de la empresa es igualmente preocupante porque este factor de seguridad no es adecuado, lo cual afecta a la calidad de servicio y consecuentemente ocasionará insatisfacción, en caso no se tome las medidas correctivas.

Tabla 25

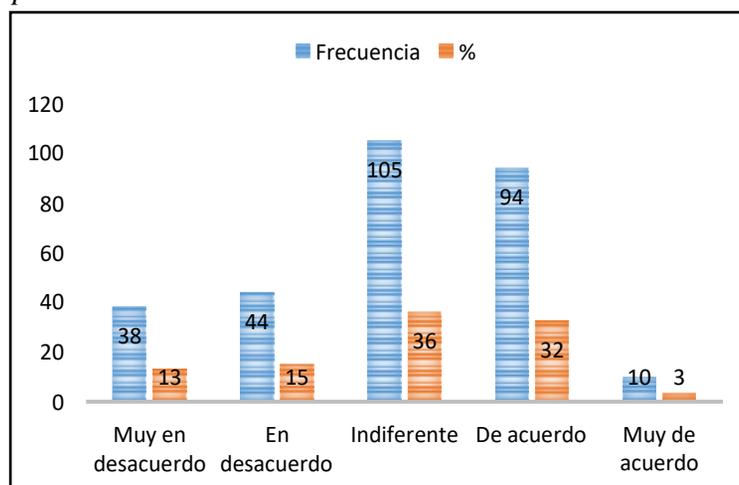
La empresa BITEL S.A.C. cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo:

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	38	13
En desacuerdo	44	15
Indiferente	105	36
De acuerdo	94	32
Muy de acuerdo	10	3
Total	291	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 22

La empresa BITEL S.A.C. cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo



Nota. Tomado de la tabla 25

Interpretación:

De los 291 clientes encuestados; ante la pregunta de que, si la empresa BITEL S.A.C., cuenta con todos los servicios necesarios para sentirse cómodo, el 36% señala que le es “Indiferente”, mientras que el 32% manifiestan que están de acuerdo ante esta interrogante. Esta situación de la empresa es igualmente preocupante porque este factor de seguridad no es adecuado, lo cual afecta a la calidad de servicio.

D. Fiabilidad

Tabla 26

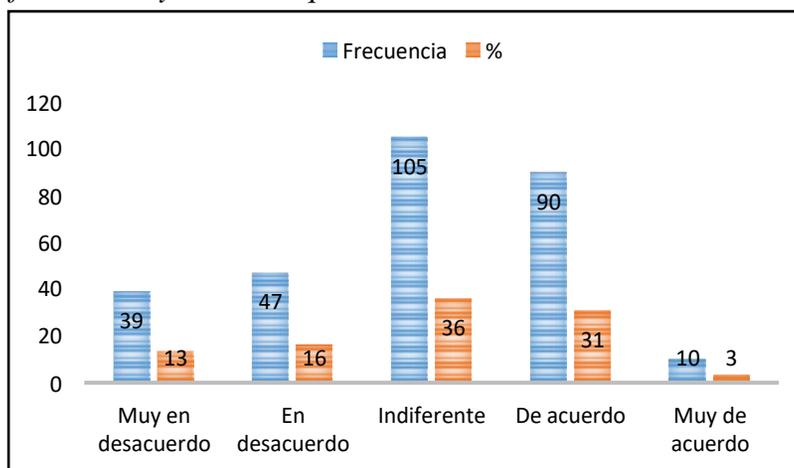
La empresa BITEL S.A.C. cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	39	13
En desacuerdo	47	16
Indiferente	105	36
De acuerdo	90	31
Muy de acuerdo	10	3
Total	291	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 23

La empresa BITEL S.A.C. cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito



Nota: Tomado de la tabla 26

Interpretación:

De los 291 clientes encuestados; ante la pregunta de que, si la empresa BITEL S.A.C., cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios necesarios, el 36% señala que le es “Indiferente”, mientras que el 31% manifiestan que están de acuerdo ante esta interrogante.

Esta situación de la empresa es igualmente preocupante porque este factor de fiabilidad no es adecuado, lo cual afecta a la calidad de servicio.

Tabla 27

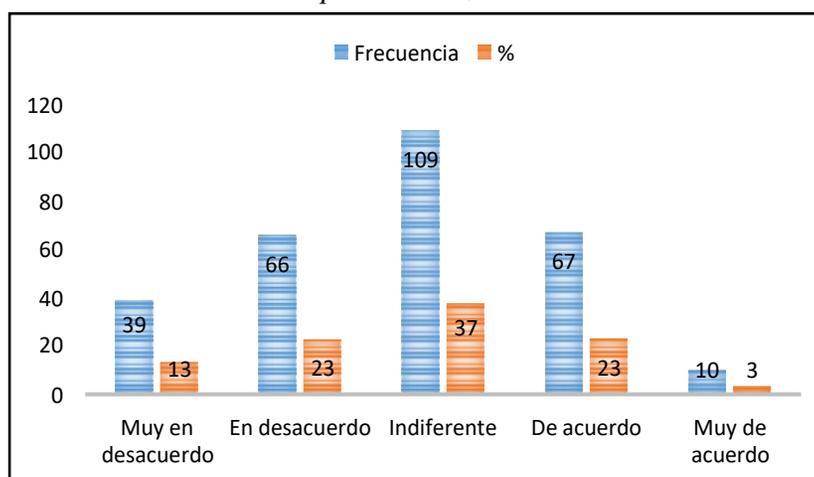
Los servicios que me presta BITEL S.A.C. son presentados correctamente desde la primera vez

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	39	13
En desacuerdo	66	23
Indiferente	109	37
De acuerdo	67	23
Muy de acuerdo	10	3
Total	291	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 24

Los servicios que me presta BITEL S.A.C. son presentados correctamente desde la primera vez



Nota. Tomado de la tabla 27

Interpretación:

De los 291 clientes encuestados; ante la pregunta de que, si los servicios que presta BITEL S.A.C., son presentados correctamente desde la primera vez, el 37% señala que le es “Indiferente”, mientras que el 23% manifiestan que están de acuerdo y otro 23% en desacuerdo ante esta interrogante.

Esta situación de la empresa es igualmente preocupante porque este factor de fiabilidad no es adecuado, lo cual afecta a la calidad de servicio.

Tabla 28

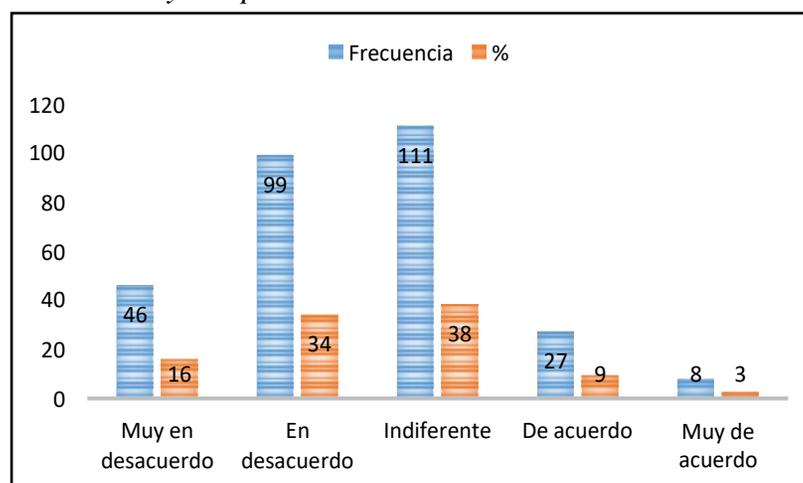
Si solicito algo, el personal de BITEL S.A.C., me informarán exactamente y cumplirán con ello

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	46	16
En desacuerdo	99	34
Indiferente	111	38
De acuerdo	27	9
Muy de acuerdo	8	3
Total	291	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 25

Si solicito algo, el personal de BITEL S.A.C., me informarán exactamente y cumplirán con ello



Nota. Tomado de la tabla 28

Interpretación:

De los 291 clientes encuestados; ante la pregunta de que, si solicito algo al personal de BITEL S.A.C., me informarán exactamente y cumplirán con ello, el 38% señala que le es “Indiferente”, mientras que el 34% manifiestan que están en desacuerdo ante esta interrogante. Esta situación de la empresa es igualmente preocupante porque este factor de fiabilidad no es adecuado, lo cual afecta a la calidad de servicio.

Tabla 29

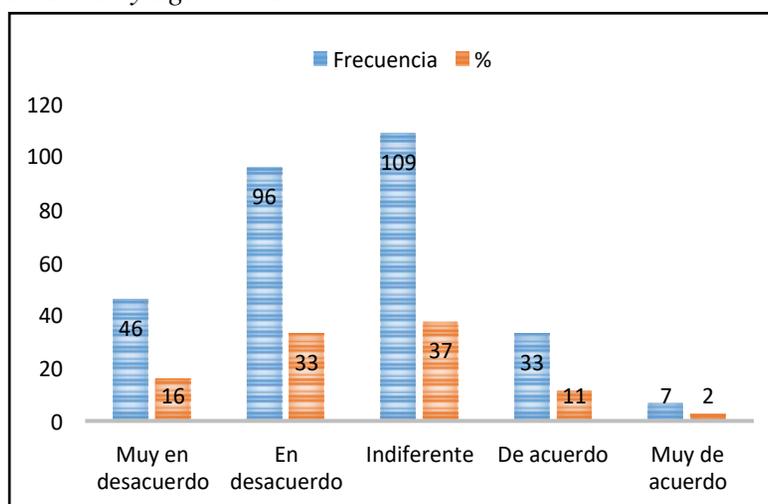
En las áreas comunes de BITEL S.A.C. hay un ambiente divertido y agradable:

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	46	16
En desacuerdo	96	16
Indiferente	109	33
De acuerdo	33	37
Muy de acuerdo	7	2
Total	291	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 26

En las áreas comunes de BITEL S.A.C. hay un ambiente divertido y agradable



Nota. Tomado de la tabla 29

Interpretación:

De los 291 clientes encuestados; ante la pregunta de que, si en las áreas comunes de BITEL S.A.C., hay un ambiente divertido y agradable, el 37% señala que le es “Indiferente”, mientras que el 33% manifiestan que están en desacuerdo ante esta interrogante. Esta situación de la empresa es igualmente preocupante porque este factor de fiabilidad no es adecuado, lo cual afecta a la calidad de servicio.

E. Empatía

Tabla 30

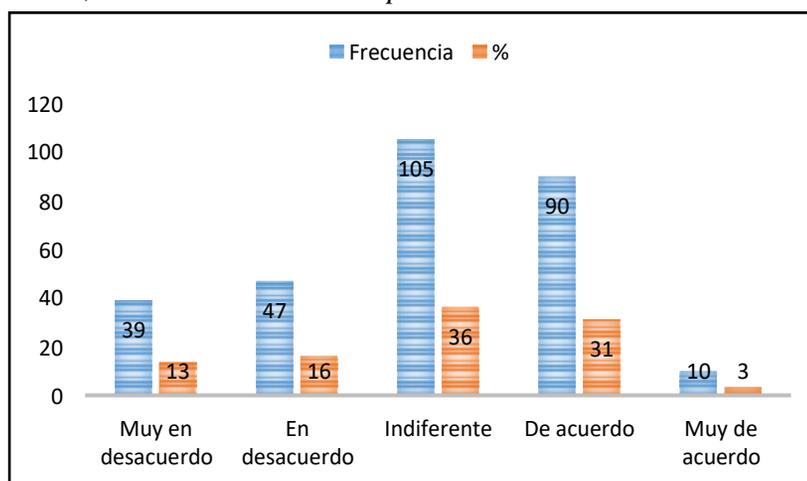
El personal de BITEL S.A.C. siempre está con una sonrisa en el rostro, se muestra interesado por servir:

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	39	13
En desacuerdo	47	16
Indiferente	105	36
De acuerdo	90	31
Muy de acuerdo	10	3
Total	291	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 27

El personal de BITEL S.A.C. siempre está con una sonrisa en el rostro, se muestra interesado por servir



Nota. Tomado de la tabla 30

Interpretación:

De los 291 clientes encuestados; ante la pregunta de que, si el personal de BITEL S.A.C., está con una sonrisa en el rostro y se muestra interesado en servir, el 36% señala que le es “Indiferente”, mientras que el 31% manifiestan que está de acuerdo ante esta interrogante.

Esta situación de la empresa es igualmente preocupante porque este factor de empatía no es adecuado, lo cual afecta a la calidad de servicio.

Tabla 31

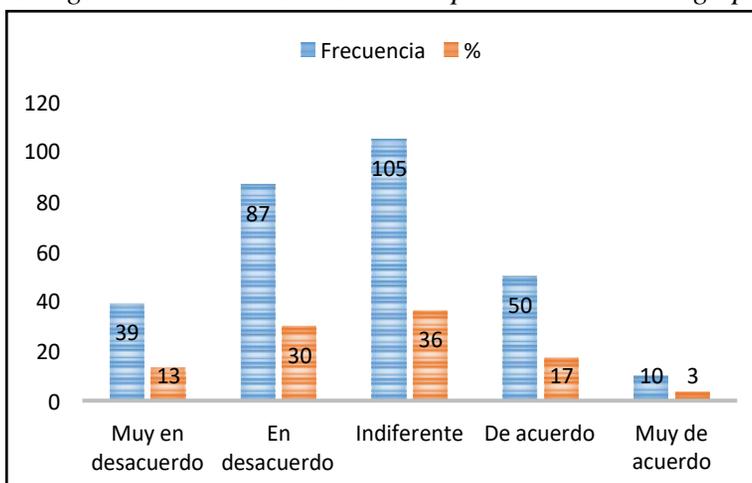
Si alguien de BITEL S.A.C. se compromete a hacer algo por mí, lo hará:

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	39	13
En desacuerdo	87	30
Indiferente	105	36
De acuerdo	50	17
Muy de acuerdo	10	3
Total	291	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 28

Si alguien de BITEL S.A.C. se compromete a hacer algo por mí, lo hará



Nota. Tomado de la tabla 31

Interpretación:

De los 291 clientes encuestados; ante la pregunta de que, si alguien de BITEL S.A.C., se compromete a hacer algo, lo hará, el 36% señala que le es “Indiferente”, mientras que el 30% manifiestan que está de acuerdo ante esta interrogante.

Esta situación de la empresa es igualmente preocupante porque este factor de empatía no es adecuado, lo cual afecta a la calidad de servicio.

Tabla 32

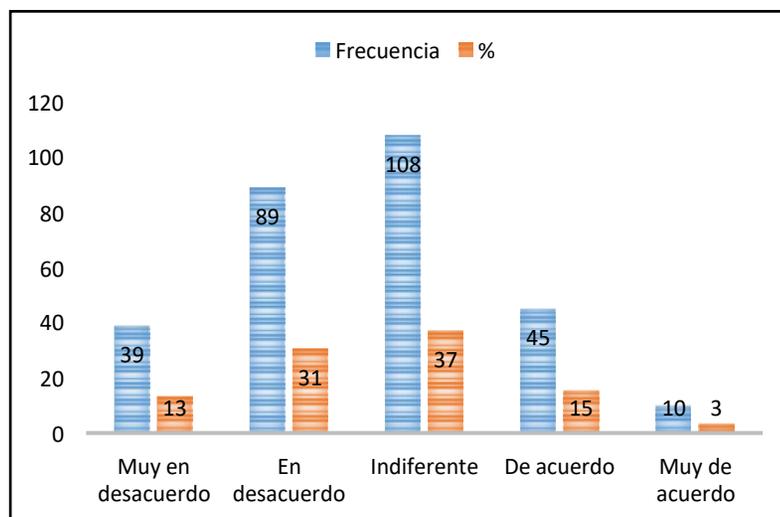
En todo momento y a toda hora y en todos los lugares de BITEL S.A.C. recibo un servicio de calidad:

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	39	13
En desacuerdo	89	31
Indiferente	108	37
De acuerdo	45	15
Muy de acuerdo	10	3
Total	291	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 29

En todo momento y a toda hora y en todos los lugares de BITEL S.A.C. recibo un servicio de calidad



Nota. Tomado de la tabla 32

Interpretación:

De los 291 clientes encuestados; ante la pregunta de que, si en todo momento y a toda hora, los lugares de BITEL S.A.C., se recibe un servicio de calidad, el 37% señala que le es “Indiferente”, mientras que el 31% manifiestan que está de acuerdo ante esta interrogante.

Esta situación de la empresa es igualmente preocupante porque este factor de empatía no es adecuado, lo cual afecta a la calidad de servicio.

Tabla 33

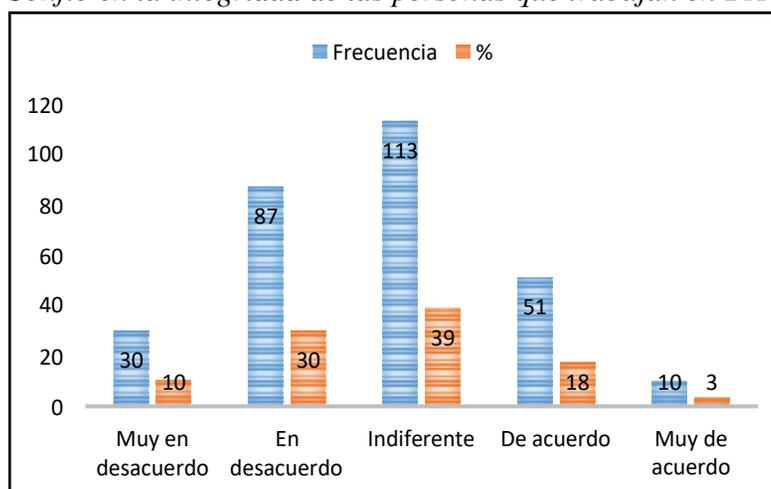
Confío en la integridad de las personas que trabajan en BITEL S.A.C.

Alternativas	Frecuencia	%
Muy en desacuerdo	30	10
En desacuerdo	87	30
Indiferente	113	39
De acuerdo	51	18
Muy de acuerdo	10	3
Total	291	100

Nota. Tabla tomada del resultado de encuestas aplicadas.

Figura 30

Confío en la integridad de las personas que trabajan en BITEL S.A.C.



Nota. Tomado de la tabla 33.

Interpretación:

De los 291 clientes encuestados; ante la pregunta de que, si confío en la integridad de las personas que trabajan en BITEL S.A.C., el 39% señala que le es “Indiferente”, mientras que el 30% manifiestan que está de acuerdo ante esta interrogante.

Esta situación de la empresa es igualmente preocupante porque este factor de empatía no es adecuado, lo cual afecta a la calidad de servicio.

4.2. Análisis de fiabilidad y coeficiente de Pearson

4.2.1. Análisis de fiabilidad

El análisis de fiabilidad mediante el coeficiente de Alfa de Cronbach, indica el grado de fiabilidad del instrumento aplicado, siendo en este estudio igual a 0.883.

Tabla 34

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N° de elementos
0,883	30

Nota. Ítems de encuesta procesados

La encuesta aplicada contiene 30 ítems, los mismos que dan como resultado un valor de 0,883. El cual es un **valor BUENO** según los valores estandarizados de referencia existentes en estadística. (Ver anexo 1)

4.2.2. Correlaciones

El coeficiente de correlación de Pearson es igual a 0.417, el cual indica que existe una **correlación moderada** entre las variables de la investigación, ya que el valor sig= 0,000 que es menor a 0,05.

Tabla 35
Coefficiente de Correlación de Pearson

		Motivación de personal	Calidad de servicio
Motivación del personal	Correlación de Pearson	1	0,417
	Sig. (bilateral)		0,000
	N	15	15
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	0,417	1
	Sig. (bilateral)	0,000	
	N		30

Nota. Elaboración propia.

El coeficiente de correlación de Pearson (r) se mide en una escala de 0 a 1, tanto en dirección positiva como negativa. Un valor de “0” indica que no hay relación lineal entre las variables. Un valor de “+1” o “-1” indica, respectivamente, una correlación positiva perfecta o negativa perfecta entre dos variables.

Normalmente, el valor se ubicará en alguna parte entre 0 y 1 o entre 0 y -1, en esta investigación fue 0,417, lo que significa que existe **correlación moderada** entre las variables (Ver anexo 3), y adicionalmente a esto también se presenta la correlación que existe entre las dimensiones de las variables (Ver anexo 4).

4.3. Discusión de resultados

La presente investigación buscó determinar la repercusión de la motivación del personal en la calidad de servicio de la empresa BITEL S.A.C. de Cajamarca, 2019, la cual se logró identificar que es directa, positiva y moderada, a juzgar por los valores del alfa de Cronbach (0,883) y el coeficiente de correlación de Pearson (0,417).

Los resultados coinciden con la investigación de Nhantumbo (2020) quien realizó su estudio en Chile denominado: *Evaluación de la motivación laboral de los trabajadores del Hospital General de Machava*, planteó como propósito principal el de evaluar los aspectos que impactan en la motivación laboral de los trabajadores del Hospital General de Machava. Los resultados evidenciaron que el 62,4% de empleados pertenecientes al área técnica poseen un nivel elevado de motivación interna, mientras que el 60% de los especialistas de la salud poseen el mismo nivel, por último, un 59,4% de los funcionarios manifiestan también una motivación alta. Finalmente, como conclusión se percibió que la motivación de los empleados se encuentre influenciada por los factores externos e internos de la institución.

De igual modo, con los resultados de Báez (2018) quien realizó su estudio en México denominado: *Evaluación de la motivación como factor causante de la mejora en el desempeño de los colaboradores de las MYPES en la ciudad de Puebla*, Los resultados reflejaron que un 33 % estuvo en desacuerdo referente a que obtienen incentivos por realizar sus funciones de manera adecuada, asimismo un 32% manifestó que mejorar constantemente en sus responsabilidades resultan un factor fundamental en la empresa. La conclusión principal demostró que la motivación es un componente clave que toda empresa debe ejercer si desea mejorar constantemente y mantener la productividad.

Asimismo, con los resultados de Gómez (2018) en su estudio denominado: *la motivación de los trabajadores en el sector bancario y su incidencia en el desempeño de los trabajadores millennials en Boyacá*. Los resultados mostraron que el desempeño laboral de los trabajadores se encuentra en un rango alto dado a que se evidenció 44% de

concordancia de las respuestas y un 72 % considero que requieren de motivaciones para establecer una seguridad particular en sus funciones. Como conclusión se evidenció que la motivación laboral si incide en el desempeño laboral de los trabajadores de categoría millennial.

De igual manera, con los resultados de Sasale (2020) quien realizó su estudio en Argentina, denominado: *la incidencia de los factores motivacionales en el desempeño y productividad de los trabajadores del sector agropecuario de cuidado bovino*. Los resultados evidenciaron que el 74 % de los colaboradores reciben incentivos extrasalariales, un 48 % participa constantemente en la toma de decisiones y un 80 % manifestó estar satisfecho con sus funciones designadas. Las conclusiones demuestran que los trabajadores requieren de capacitaciones constantes para mantener una productividad adecuada, aquello resulta ser un elemento importante en la motivación de los colaboradores debido a que incentiva su experiencia y profesionalismo en el ámbito laboral.

Asimismo, con los resultados de Hidalgo (2019) quien realizó su estudio en Ecuador, denominado: *Estrategia para ayudar a mejorar la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en el sistema financiero de cantón Ambato*. Los resultados mostraron que la calidad del servicio influye significativamente en la satisfacción de los usuarios por lo que la autora termina su escrito concluyendo al cliente recibir un servicio que se adecua a sus necesidades, este le guarda fidelidad a la marca.

También con los resultados de Simón (2021), en su tesis "*Motivación laboral y su influencia en la calidad de servicio en la empresa Mendoza & Tapia SAC, lima, 2021*". Los resultados evidenciaron que el 80 % consideró que la motivación laboral se

encuentra en un nivel alto y un 75 % consideró que la calidad del servicio se encuentra en un nivel medio. Se concluyó el estudio determinando la influencia entre las variables planteadas y a su vez se pudo comprobar la hipótesis sugerida la cual menciona que la motivación laboral influye significativamente en la calidad de servicio en la empresa Mendoza & Tapia SAC, Lima, 2021, esto se logró a través del coeficiente de determinación obteniendo un 0,213 siendo que la motivación laboral constituye un 21,3% de la variación de la calidad de servicio.

De igual modo, con los resultados de Risco (2020), en su tesis denominada: *La motivación de los trabajadores y la calidad de servicio al usuario en el ayuntamiento de Tumbes, 2019*. Los resultados evidenciaron que 39.94 % laboradores consideran que son motivados a realizar sus funciones y un 18.03 % consideró que la calidad de servicio brindada se encuentra en un nivel adecuado y ecuánime. La conclusión determinó que existe un vínculo entre la motivación en los trabajadores y calidad del servicio, para ello se empleó la correlación de Spearman, donde $r=0.820$ y el valor de p es < 0.05

Asimismo, con los resultados de Roque y Yana (2019), en su investigación denominada: *Relación de la motivación laboral con la calidad de servicio en el centro sanitario Pulso Corporación en Arequipa, 2019*. Los resultados mostraron que el 45.95 % considero como regular el nivel de motivación brindado por la institución hacía los trabajadores. La conclusión demostró la existencia de un vínculo alto y significativo entre las variables motivación laboral y calidad de servicio, por medio de la correlación de Pearson, cuyo resultado fue $r=0.874$ y $0.00 < 0.05$.

También con los resultados de Acero (2021) en su investigación denominada: *la motivación de los trabajadores y la calidad de servicio en la caja municipal de ahorro*

en Tacna, 2021. Los resultados mostraron que el 55 % manifestó que el grado de motivación laboral se encuentra en un estado moderado, igualmente el 55 % consideró que la calidad de servicio se encuentra en una posición moderada. La conclusión determinó la existencia un nexo positivo y representativo entre las variables motivación de los trabajadores y calidad de servicio, dado que el coeficiente de correlación brindó como resultado $r=0.740$ y $p < 0.05$.

De igual manera con los resultados de Baca (2020) en su investigación de maestría denominada: *la motivación del personal de trabajo y calidad de servicio en un restaurante de Ate Vitarte, 2018*. Los resultados mostraron que un 86 % estuvo de acuerdo que se encuentra presente la motivación y reconocimiento en el área laboral y un 85 % estuvo de acuerdo que la capacidad de respuesta en la atención y servicio es adecuada. Finalmente, se evidenció que existe una relación positiva y significativa entre la motivación de los laboradores y calidad de servicio, debido a que $r=0.791$ y $0.00 < 0.05$

De igual manera con los resultados de Jáuregui y Chacha (2021), en sus tesis: *Motivación laboral y su relación con la calidad de servicio de la Unidades de Taxi de la empresa transportes público "Taxi Plus S.R.L.", Cajamarca-2020*. Concluye que en la Empresa de Transporte público "Taxi Plus. S.R.L, se ha observado que con el pasar del tiempo se ha perdido el interés por llevar a cabo las labores encomendadas por parte de los trabajadores de las unidades de taxi, así como de los encargados de brindarles las facilidades a éstos para el cumplimiento de sus funciones. Obteniendo como resultados en cuanto a la variable de la calidad de servicio del personal ha sido malo, deficiente; que la motivación es uno de los medios a través de los cuales una organización puede

asegurar la permanencia de sus empleados. Finalmente se concluye que en la Empresa de Transporte público “Taxi Plus. S.R.L en cuanto a la calidad de servicio ha sido deficiente por falta de motivación por razones de deficiencias tecnológicas, de comunicación y de compañerismo.

Finalmente, con los resultados de Cueva (2021) en su tesis: *La motivación laboral y su influencia en la calidad de atención al cliente en la Empresa Hotelera Costa del Sol*, Cajamarca. Universidad Privada del Norte. La investigación debido a que el resultado del coeficiente de correlación de Pearson es de 0.717 que demuestra la influencia de la variable 1 en la variable 2, debido a que la valoración es de nivel aceptable. En ese contexto se propuso la implementación de un programa capacitación y estrategias para el ascenso de los trabajadores, lo que generaría incrementar el nivel de motivación laboral por lo tanto esto se verá reflejado en una satisfacción total por el cliente.

CONCLUSIONES

La presente investigación llegó a las siguientes conclusiones:

- La investigación logró determinar que la relación que existe entre la motivación del personal y la calidad del servicio es moderada, lo que podemos corroborar por el valor “r” del coeficiente de Pearson, el cual es que es igual a 0,417. (Ver anexo 3). También se puede decir que por los resultados obtenidos en la encuesta a los trabajadores la motivación en la empresa es regular.
- De acuerdo a los resultados obtenidos se pudo identificar que en la empresa BITEL la mitad de los trabajadores encuestados manifiestan que la infraestructura, iluminación, ventilación y seguridad son regulares, lo cual muestra una insatisfacción en cuanto a las condiciones de trabajo y esto hace que la calidad del servicio en la empresa sea inadecuada.
- Después de analizar los resultados obtenidos se identificó que en la empresa BITEL menos de la mitad del personal encuestado manifiesta que no cuenta con los equipos y herramientas necesarias para realizar su trabajo, debido a que en ocasiones algunos elementos de trabajo están malogrados o no actualizados, trayendo como consecuencia que se tenga que utilizar el material de otro compañero que si está funcionando; teniendo como resultado la demora en la atención a los clientes, lo cual hace que la calidad de servicio este siendo incorrecta.
- De acuerdo a los resultados obtenidos se logró establecer que en la empresa BITEL el clima organizacional no está bien desarrollado y las relaciones interpersonales son un poco deficientes, ya que los trabajadores manifiestan que sus compañeros de trabajo no son amables y solidarios, que no son apoyados ante una dificultad y que no tienen un

buen trato, lo que hace que no se sienta comprometidos con la empresa y sus objetivos. Esto repercute en la calidad de servicio haciendo que sea inoportuna.

- Después de analizar los resultados obtenidos se pudo reconocer que en la empresa BITEL más de la mitad del personal manifiesta que no cuenta con sueldos atractivos y que no se siente motivado porque no se les otorga premios ni incentivos y que no se les da otros beneficios, lo que hace que se sientan en cierta medida desmotivados y tiene como resultado una calidad de servicio baja.

RECOMENDACIONES

A la gerencia de la empresa BITEL se le recomienda:

- Mejorar la infraestructura de sus oficinas (tener paredes bien pintadas, construcciones antisísmicas, espacios libres de accidentes, etc.), poner mejor iluminación, buena ventilación, que todo este señalizado, para que así las condiciones de trabajo sean óptimas y el personal y los clientes se sientan en un ambiente cómodo y seguro.
- Tener todos sus equipos, materiales y herramientas en buen funcionamiento, lo cual permitirá a los trabajadores realizar un trabajo más eficiente y rápido, asimismo también tener las computadoras y los programas informáticos que utilicen, en constante actualización.
- Saber cómo liderar a grupos, protegiendo a sus trabajadores y preparándolos para usar el estrés a su favor, sin que se desgasten ni desmotiven, esto puede realizarse a través de charlas motivacionales, capacitaciones y reuniones de confraternidad, en donde se fomente la comunicación asertiva y todos se dirijan hacia el cumplimiento de los mismos objetivos.
- Reconocer los logros de los trabajadores y darles incentivos y reconocimientos para que así estén contentos y comprometidos, lo que tendrá como resultado un trabajador feliz que cumple con mayor esfuerzo su trabajo. En cuanto a las remuneraciones, brindarles un salario justo de acuerdo a la ley, con todos sus beneficios.

REFERENCIAS

- Acero, G. (2021) en su investigación denominada: *la motivación de los trabajadores y la calidad de servicio en la caja municipal de ahorro en Tacna, 2021.*
- Baca, S. (2020) en su investigación de maestría denominada: *la motivación del personal de trabajo y calidad de servicio en un restaurante de Ate Vitarte, 2018.*
- Báez, G. (2018) quien realizó su estudio en México denominado: *Evaluación de la motivación como factor causante de la mejora en el desempeño de los colaboradores de las MYPES en la ciudad de Puebla.*
- Cueva, E. (2021) en su tesis: *La motivación laboral y su influencia en la calidad de atención al cliente en la Empresa Hotelera Costa del Sol, Cajamarca.* Universidad Privada del Norte.
- D'Alessio, F. (2012). *Administración de operaciones productivas.* Editorial Mc Graw Hill.
- Gómez, U. (2018) en su estudio denominado: *la motivación de los trabajadores en el sector bancario y su incidencia en el desempeño de los trabajadores millennials en Boyacá.*
- Hellriegel, S. (2005). *Comportamiento organizacional.* Editorial S.A. Ediciones Paraninfo.
- Hernández, R. y Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación científica.* Editorial Mc Graw Hill.
- Hidalgo, W. (2019) quien realizó su estudio en Ecuador, denominado: *Estrategia para ayudar a mejorar la calidad de servicio y satisfacción de los usuarios en el sistema financiero de cantón Ambato.*
- Jáuregui, F. y Chacha, L. (2021), en sus tesis: *Motivación laboral y su relación con la calidad de servicio de la Unidades de Taxi de la empresa transportes público "Taxi Plus S.R.L.", Cajamarca-2020.*

- Nhantumbo, R. (2020) quien realizó su estudio en Chile denominado: *Evaluación de la motivación laboral de los trabajadores del Hospital General de Machava*, planteó como propósito principal el de evaluar los aspectos que impactan en la motivación laboral de los trabajadores del Hospital General de Machava.
- Risco, A. (2020), en su tesis denominada: *La motivación de los trabajadores y la calidad de servicio al usuario en el ayuntamiento de Tumbes, 2019*.
- Robbins, S. (2013). *Comportamiento organizacional*. Editorial Mc Graw Hill.
- Roque, W. y Yana, Y. (2019), en su investigación denominada: *Relación de la motivación laboral con la calidad de servicio en el centro sanitario Pulso Corporación en Arequipa, 2019*.
- Sasale, D. (2020) quien realizó su estudio en Argentina, denominado: *la incidencia de los factores motivacionales en el desempeño y productividad de los trabajadores del sector agropecuario de cuidado bovino*.
- Simón, C. (2021), en su tesis “*Motivación laboral y su influencia en la calidad de servicio en la empresa Mendoza & Tapia SAC, lima, 2021*”.
- Vigo, Z. (2006). *Calidad total en la atención al cliente*. Editorial ideas propias.

APÉNDICES

Apéndice 1: Instrumento de recolección de datos de motivación del personal

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

HOJA CENSAL DIRIGIDA AL PERSONAL DE BITEL

INSTRUCCIONES:

En las siguientes proposiciones, marque con un aspa (X), la alternativa que Ud. considere correcta tomando en cuenta la siguiente tabla de calificación:

No	1
Regular	2
Si	3

V.1. "X": MOTIVACIÓN DEL PERSONAL	1	2	3
Dimensión 1: CONDICIONES DE TRABAJO			
Indicador 1: Instalaciones			
1. La infraestructura de trabajo de BITEL es adecuada			
2. La iluminación del área de trabajo en BITEL es adecuada			
3. La ventilación del área de trabajo en BITEL es adecuada			
Indicador 2: Seguridad			
4. Las instalaciones en BITEL son seguras			
Dimensión 2: ELEMENTOS DE TRABAJO			
Indicador 1: Equipos			
5. BITEL proporciona todos los equipos necesarios para trabajar.			
Indicador 2: Herramientas			
6. BITEL proporciona todas las herramientas necesarias para trabajar.			
Dimensión 3: RELACIONES INTERPERSONALES			
Indicador 1: Relaciones entre compañeros			
7. Mis compañeros son solidarios y amables			
8. Cuando tengo dificultades mis compañeros me apoyan.			
Indicador 2: Relaciones con sus superiores			
9. Mis superiores me dan un buen trato.			

10. Mis superiores son comprensibles			
Dimensión 4: REMUNERACIONES			
Indicador 1: SUELDOS			
11. BITEL otorga sueldos atractivos.			
12. BITEL otorga premios e incentivos			
Indicador 2: BENEFICIOS SOCIALES			
13. BITEL otorga vacaciones.			
14. BITEL otorga seguro de salud			
15. BITEL otorga CTS			

¡Muchas gracias por su apoyo!

Apéndice 2: Instrumento de recolección de calidad de servicio

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CAJAMARCA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS CONTABLES Y ADMINISTRATIVAS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS CLIENTES DE BITEL

INSTRUCCIONES:

En las siguientes proposiciones, marque con un aspa (X), la alternativa que Ud. considere correcta tomando en cuenta la siguiente tabla de calificación:

Muy en desacuerdo	1
En desacuerdo	
Indiferente	2
De acuerdo	3
Muy de acuerdo	

VARIABLE Y: SOBRE CALIDAD DE SERVICIO

Dimensión: Elementos tangibles

- 1. La empresa BITEL, cuenta con instalaciones modernas y atractivas**
 - a) Muy en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Muy de acuerdo

- 2. Los empleados de la empresa tienen una apariencia limpia y agradable:**
 - a) Muy en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Muy de acuerdo

Dimensión: Capacidad de respuesta

- 3. Si se me presenta un problema o necesito ayuda, el personal de BITEL me ayudará a resolverlo inmediatamente:**
 - a) Muy en desacuerdo
 - b) En desacuerdo
 - c) Indiferente
 - d) De acuerdo
 - e) Muy de acuerdo

4. El personal de BITEL siempre está atento a mis deseos y necesidades:

- a) Muy en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Muy de acuerdo

Dimensión: seguridad**5. Me siento tranquilo (a) y seguro (a) dentro de BITEL:**

- a) Muy en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Muy de acuerdo

6. El ambiente que hay en BITEL, me hace sentir cómodo (a) como en casa:

- a) Muy en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Muy de acuerdo

7. La empresa BITEL cuenta con todos los servicios necesarios para sentirme cómodo:

- a) Muy en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Muy de acuerdo

Dimensión: Fiabilidad**8. La empresa BITEL cuenta con todas las instalaciones, facilidades y servicios que necesito.**

- a) Muy en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Muy de acuerdo

9. Los servicios que me presta BITEL son presentados correctamente desde la primera vez:

- a) Muy en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Muy de acuerdo

10. Si solicito algo, el personal de BITEL, me informarán exactamente cuando me lo proporcionarán y cumplirán con ello:

- a) Muy en desacuerdo

- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Muy de acuerdo

11. En las áreas comunes de BITEL hay un ambiente divertido y agradable:

- a) Muy en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Muy de acuerdo

Dimensión: Empatía

12. El personal de BITEL siempre está con una sonrisa en el rostro, se muestra interesado por servir:

- a) Muy en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Muy de acuerdo

13. Si alguien de BITEL se compromete a hacer algo por mí, lo hará:

- a) Muy en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Muy de acuerdo

14. En todo momento y a toda hora y en todos los lugares de BITEL recibo un servicio de calidad:

- a) Muy en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Muy de acuerdo

15. Confío en la integridad de las personas que trabajan en BITEL:

- a) Muy en desacuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Indiferente
- d) De acuerdo
- e) Muy de acuerdo

¡Muchas gracias por su apoyo!

ANEXOS

Anexo 1. Tabla de valores de evaluación coeficiente de Alfa de Cronbach

Coeficiente de alfa de Cronbach	Calificación
>0,9	Excelente
>0,8	Bueno
>0,7	Aceptable
>0,6	Cuestionable
>0,5	Pobre
<0,5	Inaceptable

Anexo 2. Tabla de valores del Coeficiente de Pearson

Valores del Coeficiente de correlación de Pearson	89
El valor del índice de correlación varía en el intervalo $[-1,1]$, indicando el signo el sentido de la relación:	
Si $r = 1$, existe una correlación positiva perfecta. El índice indica una dependencia total entre las dos variables denominada <i>relación directa</i> : cuando una de ellas aumenta, la otra también lo hace en proporción constante.	
Si $0 < r < 1$, existe una correlación positiva.	
Si $r = 0$, no existe relación lineal. Pero esto no necesariamente implica que las variables son independientes: pueden existir todavía relaciones no lineales entre las dos variables.	
Si $-1 < r < 0$, existe una correlación negativa.	
Si $r = -1$, existe una correlación negativa perfecta. El índice indica una dependencia total entre las dos variables llamada <i>relación inversa</i> : cuando una de ellas aumenta, la otra disminuye en proporción constante.	

Anexo 3. Interpretación de los índices de correlación

Coefficiente	Interpretación
$r = 1$	Correlación perfecta
$0.80 < r < 1$	Muy alta
$0.60 < r < 0.80$	Alta
$0.40 < r < 0.60$	Moderada
$0.20 < r < 0.40$	Baja
$0 < r < 0.20$	Muy baja
$r = 0$	Nula

Anexo 4. Correlación entre las dimensiones de las variables

		Variable X: Motivación del personal			
DIMENSIONES		Condiciones de trabajo	Elementos de trabajo	Relaciones interpersonales	Remuneraciones
Variable Y: Calidad de servicio	Elementos tangibles	La correlación que existe entre estas dos dimensiones es directa ya que siempre y cuando las condiciones de trabajo (instalaciones, infraestructura, iluminación, etc.) estén en un correcto estado, los elementos tangibles que percibe el cliente también serán positivos.	-	-	-
	Capacidad de respuesta	-	La correlación que existe entre estas dos dimensiones es directa ya que si los elementos de trabajo (equipos, herramientas, programas, etc.) sean adecuados y estén actualizados, la capacidad de respuesta hacia los clientes será mejor y más oportuna.	-	-

Seguridad	La correlación que existe entre las dos variables es directa ya que, si las condiciones de trabajo son las adecuadas, la seguridad que sienta el cliente será positiva.	-	-	-
Fiabilidad	-	La correlación que existe entre estas dos variables es directa ya que, si los elementos de trabajo son los adecuados se verá reflejada la fiabilidad de los clientes	La correlación que existe entre estas dos variables es directa ya que, si las relaciones interpersonales son óptimas se verá reflejada la fiabilidad de los clientes	-
Empatía	-	-	La correlación que existe entre estas dos variables es directa ya que, si las relaciones interpersonales entre los trabajadores es buena y asertiva, la empatía que muestre el cliente será positiva.	-