UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAVELICA

(Creada por Ley Nº 25265)

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ESPECIALIDAD: ADMINISTRACION

TESIS

"MOTIVACIÓN LABORAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAVELICA 2016"

LINEA DE INVESTIGACION:

GESTIÓN Y DESARROLLO DEL POTENCIAL HUMANO

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE

LICENCIADO EN ADMINISTRACION

PRESENTADO POR:

Bach. Nelson Roger RAMOS CAUCHOS
Bach. Maycol Wiki SALAZAR LUME

FECHA DE INICIO: **01 DE JUNIO DEL 2016**

FECHA DE CULMINACION: **30 DE NOVIEMBRE DEL 2016**

HUANCAVELICA, Noviembre del 2016

ASESOR:

Lic. Adm. Guido Amadeo FIERRO SILVA

JURADOS:

MG. Lino Andres QUIÑONEZ VALLADOLID

(PRESIDENTE)

MG. MG. Yohnny HUARAC QUISPE

(SECRETARIO)

Lic. Adm. Héctor QUINCHO ZEVALLOS

(VOCAL)

DEDICATORIA

A mis padres; por su apoyo desinteresado que me brindaron para cumplir con mis objetivos.

A mi hermano ejemplo de lucha, sacrificio y trabajo que me inspiran seguir luchando.

A mis padres por su apoyo incondicional que me brindaron para seguir adelante.

A mi hermano ejemplo de lucha, sacrificio y trabajo que me inspiran seguir luchando.

AGRADECIMIENTO

- A nuestros padres que coadyuvaron de una y otra forma en nuestra realización profesional.

- A nuestros compañeros de estudio por haber compartido experiencias en la Universidad Nacional de Huancavelica, Escuela Académico Profesional de Administración por sus aportes y apoyo constante.

- A la Universidad Nacional de Huancavelica, por habernos albergado y dado la oportunidad de formarnos y realizarnos como profesional.

- A los directivos y personal administrativo de la Dirección Regional de Educación de Huancavelica por colaborar y apoyarnos en la ejecución del presente trabajo de investigación.

ÍNDICE

Portada	I
Dedicatoria	IV
Agradecimiento	V
Índice	VI
Índice de cuadros y tablas.	VIII
Índice de figuras y gráficos.	IX
Resumen.	XI
Summary.	XII
Introducción	XIV

CAPÍTULO I
PROBLEMA

1.1. Planteamiento del problema	17
1.2. Formulación del problema	20
1.2.1. Problema general	20
1.2.2. Problemas específicos	20
1.3. Objetivos.	21
1.3.1. Objetivo general.	21
1.3.2. Objetivos específicos.	21
1.4. Justificación.	22

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de estudio.	23
2.2. Bases teóricas.	37
2.3. Hipótesis.	59
2.3.1. Hipótesis general.	59
2.3.2. Hipótesis específicas.	60

2.4. Definición de términos básicos. 60

2.5. Variables. 62

2.6. Operacionjalización de variables. 62

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Ámbito de estudio. 64

3.2. Tipo de investigación. 64

3.3. Nivel de investigación. 65

3.4. Métodos de investigación. 65

3.5. Diseño de investigación. 65

3.6. Población y muestra. 67

3.7. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. 68

3.8. Procedimientos de recolección de datos. 69

3.9. Técnicas de procesamiento y análisis de datos. 69

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Presentación de resultados. 70

4.2. Discusión. 86

Conclusiones. 90

Recomendaciones. 92

Referencias bibliográficas. 93

Anexos 95

ÍNDICE DE CUADROS Y TABLAS

Cuadro N° 1: Operacioalización de variables. 63

Tabla N° 1: Resumen de procesamiento de casos. 71

Tabla N° 2: Estadística de fiabilidad. 71

Tabla N° 3: Resultados por dimensiones de la variable 1- Logro. 72

Tabla N° 4: Resultados dimensión de la variable 1- poder (agrupado). 73

Tabla N° 5: Resultados dimensión de la variable 1-afiliación (agrupado). 74

Tabla N° 6: Resultados por dimensiones de la variable 2- tangible. 75

Tabla N° 7: Resultados por dimensiones de la variable 2- confianza. 76

Tabla N° 8: Resultados por dimensión variable 2- satisfacción laboral. 77

Tabla N° 9: Resultados por variable agrupados - responsabilidad 78

Tabla N° 10: Resultados por variable agrupados – empatía. 78

Tabla N° 11: Resultados por variable agrupados – Motivación laboral. 79

Tabla N° 12: Resultados por variable agrupados – calidad de servicios. 81

Tabla N° 13: Contrastación de hipótesis- correlaciones 83

Tabla N° 14: Contrastación de hipótesis- correlaciones 84

Tabla N° 15: Contrastación de hipótesis- correlaciones 85

Tabla N° 16: Contrastación de hipótesis- correlaciones 86

ÍNDICE DE FIGURAS Y GRÁFICOS

Figuras N° 1: Diferencia entre motivación y satisfacción 40

Figura N° 2: Teoría de Mc Clelland. 43

Figura N° 3: Jerarquía de necesidades de Maslow. 47

Gráfico N° 1: Resultados por dimensiones Motivación. 72

Gráfico N° 2: Resultados por dimensiones poder. 73

Gráfico N° 3: Resultados por dimensión afiliación. 74

Gráfico N° 4: Resultados por dimensión tangible. 75

Gráfico N° 5: Resultados por dimensión confianza. 76

Gráfico N° 6. Resultados por dimensión satisfacción laboral 77

Gráfico N° 7. Resultados por dimensión responsabilidad. 78

Gráfico N° 8. Resultados por dimensión empatía. 78

Gráfico N° 9. Histograma agrupado Motivación Laboral. 80

Gráfico N° 10. Motivación agrupado. 81

Gráfico N° 11. Histograma Calidad de servicio. 82

Gráfico N° 12. Calidad de servicio (agrupado). 82

RESUMEN

Esta investigación realizada sobre la motivación laboral y la calidad de servicio en la Universidad Nacional de Huancavelica en el año 2016; tiene como objetivos: Determinar de que manera incide la motivación laboral en la calidad de servicios de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.; asimismo determinar la relación que existe e incide la motivación laboral en la caliad de servicios en su dimensión satisfacción laboral, responsabilidad y empatía de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016; el tipo de la investigación es aplicada, el nivel de investigación es la correlacional, el método general empleado fue la científica, y los métodos específicos fueron el método inductivo, deductivo, analítico sintético, el diseño de investigación es el no experimental de tipo correlacional, la muestra fueron 39 trabajadores entre nombrados y contratados de la Facultad de Ciencias Empresariales a los que se encuentaron, para la obtención de los datos y cumplimiento de los objetivos de investigación, se ha aplicado los respectivos instrumentos para medir las variables en estudio referido a la motivación laboral y talento humano y la calidad de servicios, utilizando para ello, el instrumento de la encuesta, los mismos que fue procesado en un software de SPSS versión 22; y que se han obtenido los resultados de la investigación y muestran que NO se encontró una relación lineal estadísticamente significativa, moderada y directamente proporcional, entre la motivación laboral y la calidad de servicios en la FCE, debid a que los resultados de correlación es (rho = 0.309), frente al grado de significación estadística de $p < 0.05$, $p= 0.059$), asi también podemos corroborar con los resultados obtenidas en relación a las dimensiones de estudio: satisfacción laboral, cuyos resultados son: que NO se encontró una relación lineal estadísticamente significativa, entre las dimensiones de de estudio (rho = 0.240, que es considerado como una correlación baja y con un grado de significación estadística de ($p \geq 0.05$, $p= 0.147$), en la dimensión responsabilidad, se encontró una correlación de nivel bajo y directamente proporcional (rho = 0.332, frente al grado de significación estadística de $p < 0.05$, $p= 0.042$), y en la dimensión empatia se encontró una correlación de nivel moderado y

directamente proporcional (rho = 0.457, frente al grado de significación estadística de p < 0.05, p= 0.004).

Estos resultados permitió llegar a la conclusión final que No existe suficiente evidencia estadística como para afirmar la relación directa y significativa entre ambas variables de estudio (Motivación y Satisfacción laboral) y de que más bien deben existir otros factores que determinen propiamente la Satisfacción Laboral en los trabajadores de la Facultad de Ciencias Empresariales.

Para concluir exponemos las recomendaciones en general que, la Facultad de Ciencias Empresariales, debe invertir en la evaluación individualizada de cada uno de los trabajadores a fin de conocerlos intrínsecamente y tratar de comprender sus motores internos como seres humanos, el cual es finalmente el que se traduce en la calidad de atención, asimismo en el fortalecimiento de las capacidades, con las capacitaciones, como también fortalecer la responsabilidad, finalmente fortalecer la empatía de los trabajadores como una virtud institucional, con la finalidad de motivarlos, en consecuencia mejorar los resultados en la calidad de los servicios.

Palabras claves: motivación laboral, calidad de servicios y satisfacción laboral.

SUMMARY

This research carried out on the labor motivation and quality of service at the National University of Huancavelica in 2016; Aims to: Determine how labor motivation affects the quality of workers' services in the Faculty of Business Sciences of the National University of Huancavelica in the period 2016; Also determine the relationship that exists and affects the labor motivation in the quality of services in the dimension of job satisfaction, responsibility and empathy of workers in the Faculty of Business Sciences of the National University of Huancavelica in the period 2016; The type of research is applied, the level of research is correlational, the general method employed was scientific, and the specific methods were the inductive, deductive, synthetic analytical method, research design is the non-experimental correlational type, The sample was 39 workers between appointed and contracted of the Faculty of Business Sciences to which were found, in order to obtain the data and fulfill the research objectives, the respective instruments have been applied to measure the variables in study referred to the Labor motivation and human talent and the quality of services, using the instrument of the survey, which was processed in SPSS software version 22; And that the results of the research were obtained and show that a statistically significant, moderate and directly proportional linear relation between the labor motivation and the quality of services in the FCE was not found, because the correlation results were = 0.309), compared to the statistical significance level of $p < 0.05$, $p = 0.059$), so we can also corroborate with the results obtained in relation to the study dimensions: job satisfaction, whose results are: that a linear relationship was not found ($P \geq 0.05$, $p = 0.147$), in the dimension of responsibility, a level correlation was found between the dimensions of study (rho = 0.240, which is considered as a low correlation and with a statistical significance level of p Low and directly proportional (rho = 0.332, compared to the degree of statistical significance of $p < 0.05$, $p = 0.042$), and in the empathy dimension a moderate and directly proportional level correlation was found (rho = 0.457, versus degree of significance $P < 0.05$, $p = 0.004$).

These results allowed us to conclude that there is not enough statistical evidence to affirm the direct and significant relationship between both study variables (motivation and job satisfaction) and that there must be other factors that properly determine the job satisfaction in the Workers of the Faculty of Business Sciences.

In conclusion, we present the recommendations in general that the Faculty of Business Sciences must invest in the individualized evaluation of each of the workers in order to know them intrinsically and try to understand their internal motors as human beings, which is finally the one that is Quality of care, as well as the strengthening of capacities, with the training, as well as strengthening the responsibility, finally strengthening the empathy of the workers as an institutional virtue, with the purpose of motivating them, consequently improve the results in the Quality of services.

Key words: job motivation, quality of services and job satisfaction.

INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación realizado fue después de haber revisado y consultado diferentes libros relacionados con las variables de estudio, haber consultado antecedentes en lo que se refiere a la motivación laboral y calidad de servicios. Se conoció la problemática de la manera cómo es la calidad de servicios en nuestra Facultad de Ciencias empresariales, apreciando que los docentes y trabajadores administrativos ofrecían los servicios que no satisfacían las necesidades a los usuarios, que no eran tan alentadoras, debido a que no existían motivaciones laborales, existiendo un descontento sobre la atención que se brinda; la calidad de servicios se ve empañada por los diversos desaciertos en los servicios, resultados que se reflejan en opinión de los estudiantes trabajadores y usuarios de la población huancavelicana. El problema general que planteamos fue: ¿De que manera se relaciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016?; los problemas secundarios fueron 1. ¿De que manera incide la motivación laboral en la caliad de servicios en sus dimensiones satisfacción laboral, responsabilidad,y empatía de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016?

El análisis de los resultados permite conocer la relación existente e incidencia de la motivación laboral y la calidad de servicio; luego contribuir con el desarrollo de la gestión en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

Para el trabajo fue necesario analizar algunos términos para la comprensión del informe de investigación: Motivación Laboral.- Es la satisfacción de las necesidades sociales de logro, poder y afiliación. Calidad de servicios: La calidad de servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades. El objetivo general fue: Determinar de que manera se relaciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016; y los objetivos específicos fueron: Determinar de que manera se relaciona e incide la

motivación laboral en la caliad de servicios en sus dimensiones: satisfacción laboral, responsabilidad, empatía de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

La hipótesis general planteada fue: "La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la caliad de servicios de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016"; las hipótesis específicas fueron: 1. "La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la caliad de servicios en su dimensión satisfacción laboral de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016"; 2. "La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la caliad de servicios de los trabajadores en su dimensión responsabilidad en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016"; 3. "La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la caliad de servicios en su dimensión empatía de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016".

En el trabajo se realizó un análisis descriptivo, con las encuestas que recabó la información de los trabajadores de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

Las dificultades y limitaciones durante y después del desarrollo del trabajo de investigación fueron la predisposición de los trabajadores de la FCE; para dar la información, la disponibilidad de tiempo, la desconfianza de contestar las encuestas por el temor a ser evaluados, pensando ser despedidos, los que pueden sesgar los resultados. La falta de bibliografía en la localidad entre otras.

La estructura del trabajo de investigación es la siguiente:

En el **primer capítulo**, tratamos sobre el planteamiento del problema, su fundamentación, formulación, objetivos de investigación, justificación del estudio y la factibilidad del estudio.

El **segundo capítulo**, se trata sobre el marco teórico, antecedentes de estudio, bases teóricas, definición de términos, hipótesis general de investigación, hipótesis secundarias, y nulas identificación de variables, definición operativa de variables e indicadores.

El **tercer capítulo**, trata la metodología de investigación, tipología, nivel de investigación, diseño de la investigación, métodos utilizados, la población, muestra de estudio, las técnicas e instrumentos de investigación utilizados.

El **cuarto capítulo**, es la parte esencial del trabajo porque es el sustento afirmativo, cuantitativo, en la cual nos presenta el análisis de los resultados obtenidos en la investigación. Se presenta la contrastación de las hipótesis planteadas para llegar a la conclusión.

Finalmente, se esbozan las conclusiones y recomendaciones.

Los autores.

CAPÍTULO I

PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A nivel mundial hoy en día el elemento humano es uno de los principales actores de las empresas. Las diversas preocupaciones por la falta de personal motivado es un tema recurrente, además, paralelamente se observa que la rotación de personal en las empresas ha aumentado de manera alarmante. Asimismo, tentados por otras propuestas se capta como se ha iniciado una migración entre las empresas cada vez más necesitadas de personal especializado. La demanda de personal preparado hoy en las empresas van en aumento con mayor énfasis, llegando al punto que mantenerlos utilizando diversas estrategias. En este sentido, Drucker, P. (2002), comenta:

> El papel de las personas en la organización empresarial se ha transformado a lo largo del siglo XX. En el inicio se hablaba de mano de obra, posteriormente se introdujo el concepto de recursos humanos, que consideraba al individuo como un recurso más a gestionar en la empresa. En la actualidad se habla de personas, motivación, talento, conocimiento, creatividad. Se considera que el factor clave de la organización son las personas ya que en éstas reside el conocimiento y la creatividad. (p. 21).

Esto quiere decir, que en las organizaciones ha habido un cambio progresivo a partir del cual se toman en cuenta las acciones e ideas de los empleados que contribuyan a mejorar el trabajo y por ende aumentar la productividad.

En una economía global, las empresas que se distinguen son aquellas más competitivas. Pero, ¿de donde surge esa ventaja? En la mayoría de los casos, el cerebro y motor de la organización no es otro que la gente que la compone una determinada organización.

Para que en su fuerza resida la ventaja competitiva de las organizaciones hay que atraer los mejores recursos, retenerlos, ayudarlos a desarrollarse profesionalmente, diseñar correctamente el trabajo, establecer las metas adecuadas, recompensar bien a la gente y liderar bien, siendo los individuos que la componen los que marcan la diferencia.

Es por ello, que la retención y la captación del talento humano son dos de los problemas con lo que se ha de enfrentar la organización. En la actualidad, las principales razones de permanencia o abandono de la empresa se centran en razones de tipo emocional. Los profesionales cada día valoran más la flexibilidad, la autonomía, los programas de apoyo, la formación, las medidas de conciliación de la vida personal y laboral y el buen ambiente organizacional. A partir de estas afirmaciones, se pronuncia Drucker, P. (2002) comentando lo siguiente:

> En los últimos años, la función de Recursos Humanos (RRHH) está siendo testigo de excepción de la creciente importancia del factor humano en las empresas. Con todo, es fundamental insistir en que el factor humano no es lo más importante de la empresa: el factor humano es la empresa. (p. 23).

En este contexto, retener y evitar que se marche el personal implica muchas veces activar medidas de emergencia que son reactivas y de efecto inmediato, aunque no siempre con efectos duraderos como, por ejemplo, incrementos salariales, promesas de futuro, entre otras, como indica Vásquez, M. (s/f).

Hoy en día, según afirma Rojo, P. (s/f), existen organizaciones donde lo más importante es aumentar la productividad y los ingresos sin tomar en cuenta el clima laboral que se está generando entre el personal. O bien cuando hacen las evaluaciones de desempeño toman en cuenta el resultado obtenido, dejando a un lado el proceso, premiándolos o despidiéndolos según sea el caso, sin darle la oportunidad de motivarlos y entusiasmarlos hacia la superación.

En el contexto nacional podemos apreciar también esa necesidad de las empresas de contar con personal capacitado, motivado, y dispuestos a permanecer en las organizaciones empresariales, e instituciones públicas, desempeñarse adecuadamente, en pos de lograr los objetivos corporativos, y por ende aumentar la productividad.

En el Perú las organizaciones públicas y educativas evidencian hoy en día un crecimiento y expansión con una clara exigencia en el mejoramiento de atención a los usuarios, lo que concordante con los nuevos enfoques de administración moderna obliga a una necesaria congruencia entre los procesos administrativos y psicológicos para la optimización del funcionamiento organizacional.

Este crecimiento se debe más que nada a estos enfoques que obligan mejoras en el desempeño laboral, teniendo consigo una motivación laboral adecuada dentro de las organizaciones.

La motivación y la calidad de servicios son dos importantes variables de estudio que pueden evaluados desde los indicadores del funcionamiento psicológico del recurso humano en las organizaciones. Las investigaciones vinculadas al tema, reportan una directa asociación entre estas variables y un nivel óptimo de funcionamiento en cada una de ellas en entidades exitosas (Kolb, D.). Se ha vinculado estos elementos con el desempeño y la satisfacción en el trabajo, constituyéndose en elementos mediatizadores de la relación con el cliente y por lo tanto viabilizan la expresión de la calidad de servicio que se aspira como ideal de funcionamiento (Alvarez, M.)

Las universidades en el Perú, tienen dificultades en mantener a su personal, debido a que no cuentan con motivaciones convincentes, que les pueda retener. El personal de las universidades, están rotando constantemente, sobre todo en cuanto al personal administrativo, y el personal docente por las oportunidades que se les presenta en empresas privadas.

En el ámbito local, es posiblemente que también este fenómeno se presenta en la Universidad Nacional de Huancavelica, con sus trabajadores pues las autoridades sólo toman en cuenta la competitividad que desean lograr a través de ellos, también se aprecia que no existe motivación suficiente, en cuanto al trabajo que están realizando, en otras

palabras, desconocen el por qué se muestran poco motivados. De acuerdo con Quinte D., García M. (entrevistas realizados en marzo 2016) quienes laboran como secretaria y docente respectivamente, desde 5 años, 12 años respectivamente, se obtuvo como resultado que existe un alto nivel de desmotivación. Según estas informaciones una de las razones de la desmotivación, es la remuneración, y el trato de parte de los directivos, por otro lado existe rotación del personal en poco tiempo como para mantener al personal en una situación de un buen desempeño organizacional y por ende la calidad en los servicios de calidad que se brinda a los usuarios. Esto se debe a que no existen políticas de incentivos motivacionales. De persistir esta situación, la calidad de servicios que se brindan podrá traer consecuencias muy desalentadoras, como desinterés en el desarrollo de las actividades académicas y administrativas, el incumplimiento de los objetivos, no lograr concretizar las metas trazadas, los mismos que se reflejaran en los rendimientos académicos de los estudiantes.

Esta situación descrita anteriormente motiva a los autores de la investigación a analizar la repercusión de la motivación en la calidad de los servicios en contexto se llega a formular las siguientes preguntas.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

1.2.1. Problema General

¿De que manera se relaciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016?

1.2.2. Problemas Específicos

Los problemas específicos planteados son los siguientes:

a) ¿De que manera se relaciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios en su dimensión satisfacción laboral de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016?

b) ¿De que manera incide se relaciona e la motivación laboral en la caliad de servicios en su dimensión responsabilidad de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016?

c) ¿De que manera incide se relaciona e la motivación laboral en la caliad de servicios en su dimensión empatía de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016?

1.3. OBJETIVOS

Los objetivos de la presente investigación fueron:

1.3.1. Objetivo General

Determinar de que manera se realciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

1.3.2. Objetivos Específicos

a) Determinar de que manera se relaciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios en su dimensión satisfacción laboral de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

b) Determinar de que manera se relaciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios en su dimensión responsabilidad de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

c) Determinar de que manera se relaciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios en su dimensión empatía de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

1.4. JUSTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

La gestión del talento humano, es la actividad que busca cumplir los objetivos de la organización mediante la aplicación de motivaciones, que generen interés de los mejores talentos en el cumplimiento efectivo de los objetivos institucionales. La aplicación de estrategias de motivación que logre la satisfacción del personal, que luego podrá influir en la calidad de servicios que se brinda.

La motivación ha sido objeto de numerosas investigaciones, y desde los más diversos puntos de vistas se le ha abarcado, con la finalidad de recabar toda aquella información necesaria para descubrir la incidencia que ésta pueda tener en determinados patrones de conducta.

No existen recetas universales, cuando se habla de la motivación, pero se puede decir que existen algunas experiencias y teorías que son el punto de partida de las actuales prácticas en este campo.

El comportamiento es motivado generalmente por el hecho de alcanzar cierta meta u objetivo. Los impulsos que dan origen a una acción pueden provenir tanto del consciente como del subconsciente de la persona, cuando provienen del consciente es mas posible que pueda someterse a examen y valoración, sin embargo la conducta de una persona se rige en gran medida por los impulsos provenientes del inconsciente.

El motivo actúa provocando una actividad e indicando la dirección del comportamiento, sin embargo cada persona posee varios motivos que compiten por su conducta o comportamiento. Es imposible considerar la posibilidad de que una persona tenga tantas conductas como necesidades. Solamente aquel motivo o necesidad con fuerza mayor en un determinado momento es el que conduce a la actividad.

Koont (1998) señala que “la motivación es un término genérico que se aplica a un amplia serie de impulsos, deseos, necesidades, anhelos, y fuerzas similares. Decir que los administradores motivan a sus subordinados, que realizan cosas con las que esperan satisfacer esos impulsos y deseos e inducir a los subordinados a actuar de determinada manera” (p. 501).

Justifica el estudio por que mediante instrumentos y técnicas de aplicación, se pretende identificar los factores que dificultan el logro de las metas institucionales y personales en el comportamiento de los trabajadores con relación a la calidad de servicios que brindan a

los usuarios, es necesario investigar cuáles son sus actitudes, aptitudes y aspiraciones que desean con la finalidad de incrementar su desempeño laboral para su propio beneficio y el de la empresa, que repercutirá en la calidad de servicios..

Por ello justifica el presente estudio toda vez que el estudio de la motivación nos va permitir determinar si existe incidencia sobre la calidad de servicios, además nos permitirá determinar la relación existente entre estas dos variables de estudio, el mismo que permitirá realizar otros estudios de investigación partiendo de los resultados que se obtendrán.

Justifica el estudio por que permitirá, conocer a ciencia cierta la posible incidencia existente entre las variables de estudio, la que permitirá aplicar las teorías existentes, hasta la fecha.

También justifica por que a partir de los resultados podemos apreciar como es la calidad de servicios que se brinda en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES DE ESTUDIO

Los antecedentes de estudio de la presente investigación se ubican en las siguientes esferas.

A nivel internacional

a) **Polo (2008),** en su investigación: "*Diseño de una propuesta estratégica para mejorar la percepción final del consumidor a través de la motivación del personal en las empresas de servicios públicos domiciliarios (Caso Manizales)"* trabajo realizado en la, Unidad de Pos grado maestría en Administración M.B.A., de la Facultad de ciencias y Administración de la Universidad Nacional de Colombia sede Manizales, arribando a las siguientes conclusiones:

- Los factores motivacionales que afectan los trabajadores dentro de la E.S.P. de la ciudad de Manizales son subjetivos y particulares para cada empleado e impactan de diferente manera a cada uno de ellos. Estos factores están ligados a las necesidades inherentes de cada persona y afectan significativamente su desempeño dentro de la compañía.

- En las E.S.P. de Manizales reconocen la importancia de la motivación al personal en la consecución óptima de los objetivos empresariales, se diseñan programas de motivación laboral con características generales que no tienen impacto en todos los trabajadores, sin tener en cuenta la intervención directa de los verdaderamente implicados, y sin una inversión definida para el desarrollo de esas estrategias que garanticen el cumplimiento de las mismas.
- El impacto que pretenden lograr las E.S.P. de Manizales en el desempeño laboral de sus empleados desarrollando programas de motivación, no es suficientemente percibido y reconocido por ellos, debido a que no aplican para sus necesidades específicas y además muchos no tienen conocimiento de estos programas por falta de divulgación de los mismos. También cabe resaltar que muchos beneficios son percibidos por los empleados como parte de la motivación laboral sin que estos son políticas o estrategias motivacionales establecidas concretamente por la organización.

- La percepción final que tienen los consumidores acerca de las E.S.P. de la ciudad de Manizales presenta algunas insuficiencias que están estrechamente ligadas a problemas de Servicio al cliente principalmente a las demoras en la solución de reclamos y en algunos inconveniente en la calidad del servicio ofrecido por estas empresas esencialmente por la instabilidad en la prestación del servicio. Esto se ve reflejado en la significante cantidad de clientes que asegura que eligieron a estas empresas como proveedoras de servicio públicos domiciliarios porque no tenían otra opción y que en caso de poder cambiarlo lo pensarían o lo harían definitivamente por que sus promesas de venta.
- Diseñar estrategias motivacionales para grupos específicos de trabajadores segmentados en cada empresa de acuerdo a sus necesidades e incluir en ese diseño a los directamente implicados, es lo que garantiza que el impacto en el desempeño laboral sea positivo

- La evaluación y retroalimentación de los programas motivacionales ejecutados en las empresas permitirá garantizar que la inversión en motivación por parte de las empresas sea retribuido por el mejoramiento de la percepción final del cliente.

b) **Sarquis, y Uzcategui (2009);** realizaron el trabajo de investigación: "Análisis e importancia de la motivación laboral en establecimientos hoteleros" en el colegio Universitario Hotel Escuela de los Andes Venezolanos de la República Bolivariana de Venezuela , llegaron a las siguientes conclusiones:

La presente investigación tuvo como objetivo general analizar estrategias motivacionales y la importancia de la motivación para alcanzar un mejor desempeño laboral en cualquier establecimiento hotelero.

- En lo que respecta a los elementos motivacionales manejados por establecimientos hoteleros, los cuales abarcan las opiniones, necesidades laborales, metas propuestas, forma de trabajo, distribución de las actividades laborales, relaciones interpersonales y la ejecución de trabajo, se encontró que los trabajadores no experimentan motivación, manteniendo así una aptitud desfavorable hacia los elementos que la organización posee.
- Al determinar los factores internos y externos, se concluye que las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas con las que cuenta una organización, en algunos casos presentan ciertas inhibiciones internar.
- Del mismo modo, en relación a los programas motivacionales de incentivos no monetarios que llevan a cabo algunas organizaciones por el desempeño de sus trabajadores, no esta claramente definido, de acuerdo a lo reflejado en la observación directa obtenida, ya que no se encuentra un documento o manual que demuestre que realmente se ejecutan dichos programas.
- Al igual, se conoció que los beneficios sociales que ofrecen algunas organizaciones, son un factor influyente a la satisfacción de los trabajadores, lo cual tiene mucha preponderancia a nivel de motivación laboral. En la investigación se observó que los trabajadores manifiestan insatisfacción en relación al otorgamiento de beneficios tales como: HCM, S.S.O y Ley de Política Habitacional.
- Finalmente, se pueden indicar de acuerdo a lo expresado en cada una de las teorías descritas en la investigación, que las estrategias motivacionales, como el otorgamiento de aumentos salariales, ascensos y reconocimiento al personal permitirán el incremento de la actividad laboral. Bajo estos esquemas, se pudo observar que los empleados así como reconocen que la organización ofrece

programas educativos, recreativos, actividades deportivas y planes vacacionales, no saben que esto forma parte de las tácticas que actúan como estrategia.

- La mayor satisfacción obtenida en la comprensión d la utilidad de este estudio se deriva de una permanente conexión entre teoría y práctica en el campo de las ciencias sociales y específicamente, en los que respecta al área de interés de Recursos Humanos. Del mismo modo, concluida esta investigación los objetivos propuestos fueron logrados, quedando abierta la posibilidad para futuras investigaciones.

c) Romero y Urdaneta (2009), realizó el trabajo de investigación: *"Desempeño Laboral Calidad de Servicio del personal administrativo en Las Universidades Privadas-Venezuela",* en la Universidad Rafael Belloso Chacin, y llegando a las conclusiones siguientes:

- Se presenta un ambiente de trabajo en equipo y el supervisor es quien controla realmente todas las actividades delegando.
- Posee autonomía a la hora de tomar decisiones, asume responsabilidades y es capaz de tomar decisiones frente a situaciones críticas.
- Los factores que caracterizan el desempeño laboral de los del personal administrativo son: conocimiento, habilidades, personalidad, compromiso, expectativas.
- Por otra parte la calidad de servicio prestada refleja indicadores importantes que se deben mejorar para el logro de los resultados.
- En consecuencia un manejo inadecuado de algunos de los procesos que se lleven a cabo dentro de las funciones que desempeñen cada uno de los trabajadores, pondría la buena prestación del servicio en la organización, y esto tendría un impacto en la calidad del servicio que se ofrece al estudiantado, afectando la productividad de la institución por cuanto el nivel de la matricula estudiantil podría disminuir y, por ende, no llegar a cubrir las necesidades de formación académica que exige la sociedad.

d) Mariño, (2007), realizó el trabajo de investigación: *"Diagnóstico de la calidad de servicio prestada por el centro de atención al cliente de la empresa B.O.C. Gases de Venezuela, C.A.", en la Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado,*

Coordinación de Post Grado de Administración y Contaduría, el que concluyo los siguientes:

- La satisfacción del cliente en el negocio de los gases gira en torno a la asesoría y comprensión de las necesidades de cada cliente debido a la complejidad de los productos y a las diversas aplicaciones, el hecho de que el personal no tenga la capacitación técnica requerida por los clientes causa insatisfacción en aquellos clientes cuya actividad operativa y diversa requiere del uso de diferentes gases para sus diversas aplicaciones, es te es el caso de los laboratorios y distribuidores. En aquellos cuya actividad es menos diversa y se dedican a actividades más industriales el grado de satisfacción es mediana, puesto que su necesidad está orientada a una sola línea de negocio; y para aquellos clientes pequeños cuya actividad es más básica, como por ejemplo tomerías, entre otros se encuentran satisfechos ya que el consumo está basado solo en productos muy específicos y más conocidos en el negocio de los gases.
- El grado de confianza que demuestran los clientes está determinado por la asesoría y comprensión que se le brinde al realizar sus requerimientos, que a su vez está directamente afectada por la capacitación del personal del CSC, y va acorde al tamaño y actividad del cliente.
- En cuanto a la identificación, profesionalismo y actitud del personal, los clientes en gran porcentaje se sienten satisfechos, ya que el trato dado es acorde al enfoque de atención al cliente; sin embargo en un porcentaje se siente medianamente satisfecho debido a que para ellos la satisfacción no radica solo en estos aspectos, sino en la asesoría que le puedan brindar en un momento determinado.
- En cuanto a los tiempos de respuesta, esto se ven afectados por el conocimiento que tenga el personal sobre los productos y las ofertas que pueda brindarles, ya que de no conocer detalles de los requerimientos del cliente, el personal debe comunicarse con especialistas de venta que le brinde los detalles del mismo, para cargar el pedido y coordinar su despacho, y esto puede llevarse un tiempo que puede llegar a ser días y si el cliente se encuentra urgido del mismo, manifiesta retrasos en la obtención de información y llegada del producto.

- Una vez evaluada la dimensión del conocimiento, lamentablemente se encuentran porcentaje no muy gratos para la compañía ya que este aspecto es el que mayor debilidad presenta, debido a que el personal del CSC no presenta la capacitación técnica y conocimientos específicos de ofertas de servicio que puedan brindar al cliente, por lo que los clientes muestran en su mayor peso proporcional una mediana satisfacción, este punto pasa a ser de una debilidad o oportunidad de mejorar a punto crítica, ya que afecta de forma directamente proporcional al grado de satis facción de los clientes.
- El aspecto más relevante y determinante de la calidad de servicio al cliente de la empresa B.O.C. Gases de Venezuela, C.A. pesa en la gestión laboral, puesto que el personal no está preparado para la gestión que realiza ya que no tiene la preparación técnica necesaria que cumpla con las políticas de la organización, siendo la falla de la parte gerencial por no haber atacado esta debilidad de manera oportuna, provocando conformidad en el personal, actitud contraproducente cuando se trata de servicio y atención al cliente.

e) Rodríguez, (2004), realizó la investigación: *"Calidad en el servicio de atención del cliente en una empresa Química Industrial - México"* en la Universidad Veracruzana-México. Arribando a la siguiente conclusión:

- Se puede consumar este trabajo mencionado algo nada espectacular y que todos sabemos la calidad en el servicio clientes es indispensable y es necesario medirla, y que lo que no se puede medir no puede controlar, también es imprescindible recalcar que la calidad si bien no es fácil obtenerla tampoco es difícil, y que ciertamente el no tenerla es perdida cuantiosa de dinero, y obviamente esto va en contra de los objetivos.

f) Ramírez, Abreu, y Baddi (2008), realizaron la investigación: "*La motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales: Caso empresa manufacturera de tubería de acero", artículo publicado* en la Internacional Journal of Good Conscience. Arribaron a las siguientes conclusiones:

- H (1): Los sueldos y salarios son la fuente principal de motivación del recurso humano.

De acuerdo a la investigación, la mayoría de los encuestados manifestaron estar *en desacuerdo*, al considerar que los sueldos y salarios no son la fuente principal de motivación en los empleados. Por lo tanto H (1) se rechaza debido a que la mayoría del personal encuestado considera que existen otras fuentes de motivación, entre las cuales mencionaron: la estabilidad en el empleo, el reconocimiento por la labor desempeñada, y las posibilidades de promoción.

- H (2): La motivación laboral debe de ir de acuerdo al grado de escolaridad de cada persona.

  De acuerdo a la investigación, la mayoría de los encuestados manifestaron estar *en desacuerdo*, al considerar que la motivación laboral no debe de ir en función al grado de escolaridad. Por lo tanto H (2) se rechaza debido a que la mayoría del personal encuestado considera que la motivación laboral no debe de ir de acuerdo al grado de escolaridad.
- H (3): La motivación laboral debe de estar en función del puesto que desempeña cada persona.

  De acuerdo a la investigación, la mayoría de los encuestados manifestaron estar *de acuerdo*, al considerar que la motivación laboral debe de estar en función del puesto que ocupa cada persona. Por lo tanto H (3) se acepta debido a que la mayoría del personal encuestado considera que la motivación laboral debe de estar en función del puesto.
- H (4): La motivación laboral incrementa el grado de satisfacción laboral en la organización.

  De acuerdo a la investigación, la mayoría de los encuestados manifestaron estar *completamente de acuerdo*, al considerar que la motivación laboral es importante para la satisfacción laboral. Por lo tanto H (4) se acepta debido a que la mayoría del personal encuestado considera que la motivación laboral incrementa el grado de satisfacción laboral en la organización.
- H (5): La motivación laboral incrementa la productividad en la organización.

  De acuerdo a la investigación, la mayoría de los encuestados manifestaron estar *completamente de acuerdo*, al considerar que la motivación laboral incrementa la productividad. Por lo tanto H (5) se acepta debido a que la mayoría del personal

encuestado considera que la motivación laboral incrementa la productividad en la organización.

- H (6): La motivación laboral incrementa la calidad en el trabajo.

  De acuerdo a la investigación, la mayoría de los encuestados manifestaron estar *completamente de acuerdo*, al considerar que la motivación laboral incrementa la calidad en el trabajo. Por lo tanto H (6) se acepta debido a que la mayoría del personal encuestado considera que la motivación laboral incrementa la calidad en el trabajo.

- H (O): La motivación laboral es factor fundamental para el logro de los objetivos de la organización.

  De acuerdo a la investigación, la mayoría de los encuestados manifestaron estar *completamente de acuerdo*, al considerar que la motivación laboral es fundamental para el logro de los objetivos de la organización. Por lo tanto H (O) se acepta debido a que la mayoría del personal encuestado considera que la motivación laboral es factor fundamental para el logro de los objetivos de la organización.

- La mayoría de las administraciones están plenamente conscientes que la calidad y nivel de la capacidad organizativa y de sus recursos productivos, en particular el capital humano, son factores determinantes de la competitividad en el corto y largo plazo, especialmente cuando las aplicaciones tecnológicas y el entorno competitivo cambian tan rápidamente.

- Por ello considero que el factor clave de la organización son las personas ya que en éstas reside el conocimiento, la creatividad y la ejecución de las tareas organizacionales.

- La motivación laboral es un elemento fundamental para el éxito empresarial ya que de ella depende en gran medida la consecución de los objetivos de la empresa. Lo cierto es que todavía muchos sectores no se han percatado de la importancia de estas cuestiones y siguen practicando una gestión que no tiene en cuenta el factor humano.

- En la actualidad el mercado de trabajo se ha transformado y la retribución económica ha dejado de ser el elemento principal a tener en cuenta a la hora de seleccionar un motivador dejando paso a otras consideraciones como la estabilidad y seguridad en el empleo, el reconocimiento por el trabajo desempeñado y las posibilidades de alguna promoción.

A ni**vel nacional.**

a) Vela, Zavaleta, (2014), realizó el trabajo de investigación: *"Influencia de la Calidad del Servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas Claro Tottus - Mall, de la ciudad de Trujillo 2014",* trabajo realizado *en la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración de la* Universidad Privada Antenor Orrego-Trujillo, en la que concluyó:

- Que la calidad del servicio brindada en la cadena de tiendas CLARO- TOTTUS influye de manera directa en el nivel de ventas lo cual implica que si existe una buena calidad de servicio esto repercute en el incremento del nivel de ventas y los factores controlables como la oferta de los equipos de Claro el trato amable y buena comunicación del promotor influyen de manera positiva en el nivel de ventas además la evaluación de las dimensiones de calidad de servicio, en términos de infraestructura moderna, confiabilidad, empatía, respuesta tiene un impacto positivo en los clientes, debido a que confían en los productos ofertados y son escuchados ante cualquier duda que tengan sobre los productos por parte de los promotores de ventas también se puede decir que los niveles de calidad de servicio y los niveles de ventas se relacionan, ya que los clientes lo califican como bueno y regular; en tiendas de cadenas claro tottus – mall, de la ciudad de Trujillo.

b) Villavicencio, (2014), realizó el trabajo de investigación: *"Calidad de servicio en el área de carga y encomiendas y la satisfacción de los clientes de la empresa trasportes línea S.A. Trujillo 2013"* en la Universidad Nacional de Trujillo, Facultad de Ciencias Económicas Escuela Académico Profesional de Administración, arribando a las siguientes conclusiones:

- La calidad de servicio en el área de carga y encomiendas es moderna y su relación con los clientes es poco satisfactoria en el empresa de Transportes Línea S.A. Trujillo 2013.

- La calidad de servicio del área de carga y encomiendas es eficiente por la confianza que esta brinda a sus clientes, y su relación con estos es leal, pues estos muestran lealtad. El 35% acude diariamente, mientras que el 31% acude semanalmente.

- El atributo mejor percibido lo constituye la confiabilidad que la empresa emite a sus clientes con un 24.5%, pues la empresa le brinda un buen trato, sobre todo personalizado y una respuesta inmediata frente a cualquier problema que le pueda presentar, creando en ellos un alto nivel de expectativa a la hora de efectuar la elección del servicio.

- Las razones que generan cierta satisfacción en los clientes son las instalaciones de la empresa, ya que el 34.11% de clientes percibieron esto, pues estas no van acorde con el servicio que ellos reciben. Así como también que la empresa no cuenta con un tarifario actualizado para que el cliente estén 100% informados de los precios que ellos deben pagar por sus servicios.

- Los clientes perciben el servicio en general, como un buen servicio de calidad pues el 48% opina de manera positiva del servicio brindado por el centro, resaltando aspectos como el buen desempeño de sus colaboradores en todas sus áreas, pues el 57% está complacido con el servicio que los trabajadores desarrollan y por la amabilidad y buen trato brindado hacia los clientes.

- El 98% de los clientes de Transportes Línea S.A., se encuentran en un alto nivel de satisfacción con respecto a la calidad de atención en el servicio que reciben. Tienen opiniones muy favorables hacia los diferentes aspectos que componen el servicio, pero si puntualizan y precisaron las fallas que tiene dicho servicio. Fallas que deberían ser corregidas para no originar un problema mayor o deteriorar la calidad de servicio.

c) Uceda, (2013), realizó la investigación: "Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de la victoria en la ciudad de Chiclayo" en la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo**;** arribando a las siguientes conclusiones:

- El nivel de satisfacción laboral influye con la satisfacción de los clientes externos y esto lo comprobamos a través de los resultados arrojados por las medidas correlaciónales de Somers, determinando que el éxito de una depende de la otra y viceversa.

- El nivel de satisfacción laboral del personal de las pollerías de la Victoria, de acuerdo al factor Significación de Tareas, arroja un 76% ubicándose en una escala alta, pues observamos que los trabajadores afirman trabajar en un ambiente confortable y les gusta el trabajo que realizan. Estos trabajadores consideran su trabajo valioso y se sienten comprometidos con el éxito del lugar donde trabajan, aunque existe un pequeño porcentaje de indecisión, y de acuerdo al análisis de Somers este factor influye directamente en la calidad de servicio que prestan los trabajadores.

d) Quichca, (2012), realizó la investigación: "*Relación entre la calidad de gestión administrativa y el desempeño docente según los estudiantes del I al VI ciclo 2010 - i del Instituto Superior Particular "La Pontificia" del Distrito Carmen Alto provincia de Huamanga Ayacucho - Perú*", en la Facultad de Educación Unidad de Post- Grado de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos; arribando a las siguientes conclusiones:

- Existe una relación significativa entre las dimensiones de la Gestión Administrativa y el Desempeño Docente según los estudiantes del I al VI Ciclo - 2010 – I del Instituto Superior Particular "La Pontificia" del Distrito Carmen Alto Provincia de Huamanga Ayacucho-Perú, puesto que existe una asociación significativa entre la Gestión Académica y el Desempeño Docente (chi2= 63.80; p=0.00 < 0.05) así como también existe una asociación significativa baja entre el Ambiente Físico y el Desempeño Docente (chi2= 21.43; p=0.00 < 0.05).

- La proporción de estudiantes del I al VI Ciclo -2010 – I del Instituto Superior Particular "La Pontificia" del Distrito Carmen Alto Provincia de Huamanga Ayacucho, que califican como buena el Desempeño Docente", es **19.35%** (al 95% *I* =<12.40%;26.30% >) el cual es muy bajo y con la evidencia muestral se concluye que no es buena además el 61.29 de los estudiantes califican como regular el Desempeño Docente.

- Existe una relación significativa entre la Gestión Administrativa y el Desempeño Docente según los estudiantes del I al VI Ciclo -2010 – I del Instituto Superior Particular "La Pontificia" del Distrito Carmen Alto Provincia de Huamanga Ayacucho Perú (Inercia: *79.1%;* chi2= 50.35; p=0.00 < 0.05).
- En cuanto a la calidad y cantidad de los equipos de cómputo, el acceso a internet y correo electrónico con los que cuenta el instituto (35.40%), la calidad y cantidad de los medios audiovisuales que se encuentran a disposición de los profesores (38.70%) y la cantidad de los laboratorios de enseñanza con los que cuenta el instituto (36.30%), la mayoría de los estudiantes lo califican como pésimo.
- Por otro lado en cuanto al respeto, la aceptación de ideas de los alumnos y la dignidad en el trato del docente con los demás, el 37.90% de los estudiantes lo califica como buena.

A nivel local.

a) **Soriano (2010),** realizó el trabajo de investigación: **"***La Calidad y su incidencia en la satisfacción de los usuarios de transporte terrestre interprovincial en la ciudad de Huancavelica", en la Escuela Académica Profesional de Administración, de* Universidad Nacional de Huancavelica, llegando a la conclusión:

- Que se ha demostrado que la calidad en el servicio que brindan las empresas de transporte interprovincial de Huancavelica, incide de manera significativa en los niveles de satisfacción del usuario de las empresas de transporte y se determinó que la calidad de servicio en su componente interpersonal incide en la satisfacción del usuario de las empresas de transporte interprovincial, dicha incidencia es del 67,2%.

b) Ozejo (2013), realizó un trabajo de investigación: *"Gestión de recursos humanos y la calidad de servicio de las micro y pequeñas empresas comerciales en la localidad de Huancavelica, periodo 2013",* en la Escuela Académica Profesional de Contabilidad de Universidad Nacional de Huancavelica**,** llegando a la siguiente conclusión:

- Que se comprobó que existe relación entre la gestión de recursos humanos con la calidad de servicio de las MYPES comerciales en la ciudad de Huancavelica, a través

de la correlación de Pearson cuyo resultado transformado al valor t de student resulto 9,43 con un nivel de significancia de 0,05 indicándonos que a deficientes y regulares niveles de gestión de recursos humanos le corresponden deficientes y regulares niveles de calidad de servicio**.**

c) Huaraca, Oré, (2016), realizaron la investigación: "*El desempeño laboral y la calidad de servicio del personal administrativo de la Municipalidad distrital de Ascensión – Huancavelica 2015",* en la Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela profesional de Administración de la Universidad Nacional de Huancavelica, llegando a las siguientes conclusiones:

- La evidencia empírica ha corroborado el hecho que el desempeño laboral se relaciona de forma positiva y significativa con la calidad de servicio en la municipalidad distrital de Ascensión, periodo 2015. La intensidad de la relación hallada es de r=95% que se tipifica como muy fuerte que tienen asociado una probabilidad p.=0,0<0,05 por lo que dicha relación es positiva y significativa. La calidad de servicio es baja en un 14,8%, media en un 44,4% de casos y alta en un 40,7% de casos. En cuanto al desempeño laboral, el 18,5% es baja, el 48,1% de casos el media y el 33,3% de casos es alto.
- Se ha corroborado que el desempeño laboral en su dimensión acciones se relaciona de forma positiva y significativa con la calidad de servicio en la municipalidad distrital de Ascensión, periodo 2015. La intensidad de la relación hallada es de r=90% que se tipifica como muy fuerte que tienen asociado una probabilidad p.=0,0<0,05 por lo que dicha relación es positiva y significativa. El desempeño laboral en su dimensión acciones es bajo en un 22,2%, medio en un 7,4% de casos y alto en un 70,4% de casos.
- Se ha corroborado que el desempeño laboral en su dimensión organización se relaciona de forma positiva y significativa con la calidad de servicio en la municipalidad distrital de Ascensión, periodo 2015. La intensidad de la relación hallada es de r=65% que se tipifica como media que tienen asociado una probabilidad p.=0,0<0,05 por lo que dicha relación es positiva y significativa. El desempeño laboral en su dimensión organización es bajo en un 29,6%, medio en un 51,9% de casos y alto en un 18,5% de casos.

- Se ha corroborado que el desempeño laboral en su dimensión resultados se relaciona de forma positiva y significativa con la calidad de servicio en la municipalidad distrital de Ascensión, periodo 2015. La intensidad de la relación hallada es de r=83% que se tipifica como fuerte que tienen asociado una probabilidad p.=0,0<0,05 por lo que dicha relación es positiva y significativa. El desempeño laboral en su dimensión desempeño es bajo en un 44.7%.
- Se ha corroborado que el desempeño laboral en su dimensión comportamiento se relaciona de forma positiva y significativa con la calidad de servicio en la municipalidad distrital de Ascensión, periodo 2015. La intensidad de la relación hallada es de r=88% que se tipifica como fuerte que tienen asociado una probabilidad p.=0,0<0,05 por lo que dicha relación es positiva y significativa. El desempeño laboral en su dimensión acciones es bajo en un 74,1%, medio en un 25,9% de casos y alto en un 0,0% de casos.
- Se ha corroborado que el desempeño laboral en su dimensión desempeño se relaciona de forma positiva y significativa con la calidad de servicio en la municipalidad distrital de Ascensión, periodo 2015. La intensidad de la relación hallada es de r=67% que se tipifica como media que tienen asociado una probabilidad p.=0,0<0,05 por lo que dicha relación es positiva y significativa. El desempeño laboral en su dimensión desempeño es bajo en un 14,8%, medio en un 77,8% de casos y alto en un 7,4% de casos.

2.2. BASES TÉORICAS

2.2.1. DEFINICIÓN DE MOTIVACIÓN LABORAL

El deseo de conocer, predecir o influir la conducta laboral de los individuos, ha llevado a muchos científicos a estudiar las causas y consecuencias de la motivación y satisfacción en el trabajo, estudios que se han realizado bajo diferentes enfoques en el intento de explicar los factores que determinan las actitudes de los trabajadores.

Para la Escuela Clásica de Administración la motivación laboral era un problema de fácil resolución, debido a que suponían que un hombre racional estaba orientado por el deseo de escapar al hambre y de aumentar sus ganancias. Por lo que se conseguiría un mecanismo motivacional altamente eficiente si se lograba establecer un medio que

conectara las ganancias con el rendimiento. La Escuela de Relaciones Humanas introduce mayores distinciones en este tema, al comprender la complejidad del ser humano, su sociabilidad y la amplitud de sus necesidades, en esta Escuela se ha elaborado parte importante de las principales teorías acerca de la motivación humana. Como indica Rodríguez, D. (2004)

La motivación dentro del contexto laboral puede ser entendida como la voluntad de ejercer altos niveles de esfuerzo hacia metas organizacionales condicionadas por la satisfacción de alguna necesidad individual hacia la realización de objetivos esperados. Robbins, (2004, p.208).

La motivación, se resume en el deseo, y pueden ser todas aquellas razones que sirven de motor para la forma de actuar del ser humano, siendo esto algo tan sencillo de entender, muchos autores desde siglos atrás se han atrevido a investigar y a desarrollar teorías sobre el tema. Incluso filósofos como Sócrates, Platón, Aristóteles y tomas de Aquino, entre otros. Aquí el énfasis estaba en la naturaleza irracional e impulsiva de los motivos y en la división del alama y el cuerpo, Descartes distinguió entre aspectos pasivos (cuerpo) y activos(mente) de la motivación. Posteriormente charles Darwin propuso la idea de instituto y su origen genérico. Beodo & Gíglio (2006).

Stephen (1999), afirma que:

La motivación del trabajador juega un papel fundamental y la voluntad de ejercer altos niveles de esfuerzo para alcanzar las metas organizacionales; voluntad que esta condicionada por la capacidad que tiene ese esfuerzo para satisfacer algunas necesidades individuales. Los tres elementos claves de la motivación son el esfuerzo, las metas organizacionales y las necesidades (p.212).

Cabe señalar, que el elemento esfuerzo es una medida de intensidad, cuando el trabajador esta motivado hace un gran esfuerzo, el cual conduce a resultados favorables de acuerdo a la forma como se canalicen; además deberá estar dirigido hacia el logro de las metas de la organización. Por otra parte, las necesidades difieren considerablemente entre los individuos y cambian con el tiempo. Más aún, las diferencias individuales complican enormemente la tarea motivacional del personal que se encuentre a cargo de recursos humanos.

Por su parte, Koontz y Weihrich (1999), expresan que la motivación "es un término genérico que se aplica a una amplia serie de impulsos, deseos, necesidades, anhelos y fuerzas similares" (p.501). Decir que los directores motivan a sus subordinados es decir que realizan cosas con las que esperan satisfacer esos impulsos y deseos de inducir a los subordinados a actuar de una determinada manera.

Las motivaciones humanas se basan en necesidades, ya sea consciente o inconscientemente experimentadas. Algunas de ellas son necesidades primarias, como los requerimientos fisiológicos de agua, aire, alimentos, sueño y abrigo. Otras pueden considerarse secundarias, como la autoestima, el estatus. Naturalmente, estas necesidades varían en intensidad y en el tiempo entre diferentes individuos.

Asimismo, Chiavenato (2001), afirma que: "El individuo que presta servicio al cliente debe encontrarse altamente motivado hacia su trabajo y sentirse a gusto con la unidad y a la organización a la que pertenece". (p.48). Por otra parte, la motivación es una de las tareas administrativas mas simple, pero al mismo tiempo, una de las mas complejas. Es simple porque las personas se sienten básicamente motivadas o impulsadas a comportase en forma tal que les produzca recompensas, y complejo porque se refiere al comportamiento que es causado por necesidades dentro del individuo, y que pueden satisfacer esas necesidades, en el que tiene varias fases.

No olvidando que también es un proceso motivacional, el cual se refiere al comportamiento que es causado por necesidades dentro del individuo, y que pueden satisfacer esas necesidades, en el que tienen varias fases.

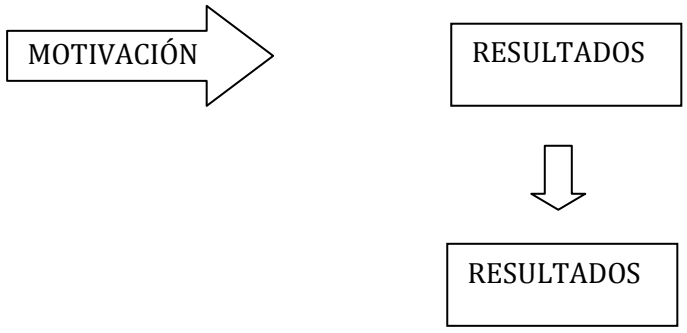
En primer término se encuentra la fase del motivo, necesidad o impulso; en ella aparece un indicador para la acción. Como motivo se entiende todo aquel interior a la persona que genere y/o mantengan el comportamiento. La segunda fase y ultima, corresponde a la conducta que sobreviene a la aparición del motivo o del impulso. Del mismo modo, los motivadores son cosas que inducen a un individuo a alcanzar un alto desempeño. Mientras que las motivaciones son reflejos de deseos, los motivadores son recompensas o incentivos ya identificados que intensifican el impulso a satisfacer deseos.

Por otra parte existe una marcada diferencia entre motivación y satisfacción, en donde "la motivación se refiere al impulso y esfuerzo por satisfacer un deseo o meta. La satisfacción

se refiere, en cambio, al gusto que se experimenta una vez que se ha cumplido un deseo" (Koontz y Weihrich, 1999, p.503). En otras palabras la motivación implica un impulso hacia un resultado, mientras que la satisfacción es el resultado ya experimentado, como se muestra a continuación en la figura No. 1.

La motivación laboral según McClelland (1961), citado por Nieto y Carrero (2007, p. 208-209); "es la satisfacción de las necesidades sociales de logro(éxito en las tareas que implica evaluación del rendimiento), poder(dominio y control del comportamiento de otros) y afiliación (establecimiento de relaciones interpersonales cercanas)".

Diferencia entre Motivación y Satisfacción



Fuente: Koontz y Weihrich (1999)

Existen tres elementos claves dentro de la motivación, entre ellos se tiene: el elemento esfuerzo es una medida de intensidad. Cuando alguien esta motivado, hace un gran esfuerzo. Pero es poco probable que los altos niveles de esfuerzo conduzcan a resultados favorables en el desempeño del puesto, a menos que el esfuerzo se canalice en una dirección ventajosa para la organización. Por tanto, se deben tomar en cuenta la calidad del esfuerzo al mismo tiempo que si intensidad. El esfuerzo dirigido hacia las metas de la organización, y que es consistente con ellas, es la clase de esfuerzo que se debe buscar.

2.2.2. Tipos de Motivación Laboral.

Existen diversos tipos de la motivación laboral:

1. La mejora de las condiciones laborales:

Consiste en aumentar la motivación laboral mejorando los factores higiénicos, los relacionados con el contexto laboral que permiten a los individuos satisfacer sus necesidades de orden superior y que eviten la insatisfacción laboral.

2. El enriquecimiento del trabajo:

Multitud de puestos de trabajo tienen una tarea muy especializada y fraccionada. El trabajador no ejerce ningún papel en la planificación y el diseño de tareas limitándose a desarrollar una actividad mecánica y rutinaria Esto es lo que hay que evitar.

3. La adecuación persona/puesto de trabajo:

Esta técnica persigue incorporar en un puesto de trabajo concreto a aquella persona que tenga los conocimientos, habilidades y experiencia suficientes para desarrollar con garantías el puesto de trabajo y que además, esté motivada e interesada por las características del mismo.

4. La participación y delegación:

Esta técnica consiste en que los trabajadores participen en la elaboración del diseño y planificación de su trabajo. Se fundamenta en el hecho de que son los propios trabajadores quienes mejor conocen como realizar su trabajo y por tanto quienes pueden proponer las mejoras o modificaciones más eficaces.

5. El reconocimiento del trabajo efectuado:

Los empleados suelen quejarse frecuentemente de que cuando hacen un trabajo especialmente bien, el jefe no les comenta nada. Sin embargo cuando cometen el primer erro, el jefe aparece inmediatamente para criticarles. Esta situación puede desmotivar inmediatamente incluso al mejor de los trabajadores.

6. Evaluación del rendimiento laboral:

Consiste en evaluar los resultados de la conducta laboral y proporcionar la información obtenida al trabajador. Esto supone un importante estímulo motivador.

7. El establecimiento de objetivos:

La técnica de establecimiento de objetivos consiste en llegar a un acuerdo periódico entre subordinado y jefe, sobre los objetivos a alcanzar para un periodo de tiempo concreto. Así mismo existe una revisión periódica para analizar el grado de cumplimiento de objetivos.

Estas teorías de contenido acentúan la importancia de los factores de la personalidad humana, puesto que estos determinan la forma de realizar las tareas y la energía con la que se desarrollan. De esta forma, tratan de analizar las necesidades y los refuerzos relacionados con la actuación de las personas en el entorno laboral. Robbins, (2004, p.208).

Entre las teorías de contenido se pueden destacar las desarrolladas por los siguientes autores:

Herzberg. Teoría bifactorial.

McClelland. Teoría de las necesidades aprendidas.

2.2.2.1. Teoría de la motivación e higiene

Según Herzberg se basa en dos factores relacionados con la motivación:

- Factores de higiene, asociados con la insatisfacción.
- Factores motivadores, asociados con la satisfacción.

a. Los factores de higiene asociados con la insatisfacción, se dan en el entorno donde las personas desarrollan su trabajo, siendo externas al mismo. Están asociados a la insatisfacción. Entre otros se pueden citar.

   Las condiciones de trabajo.

   Los sueldos y salarios.

   La relación con los compañeros y jefes.

   La cultura de la empresa.

   Las normas que rigen el trabajo diario.

   La seguridad en el entorno laboral.

b. Los factores motivadores asociados con la satisfacción, se centran en el contenido del trabajo, en las tareas que se van a desarrollar, por lo que son internos al mismo, los cuales son la causa principal de satisfacción.

   Herzberg enumera los siguientes:

   El reconocimiento

   Las responsabilidades

   El crecimiento personal en el trabajo

   El progreso y el logro.

El trabajo.

2.2.2.2. Teoría de las Necesidades Secundarias de McClelland (1951,1961); según esta teoría tratan desde tres aspectos:

a) **Necesidades de afiliación;** que implican el deseo de mantener relaciones interpersonales amistosas y cercanas.
b) **Necesidades de logro,** que incluyen el impulso de sobresalir, de alcanzar metas, de vencer obstáculos y tener éxito.
c) **Necesidades de poder**, que implican el deseo de ejercer influencia sobre individuos y situaciones para hacer que ocurran ciertas cosas que de otra forma no ocurrirían.

Figuras N° 2

Fuente: David McClellan 1961

2.2.2.3. Teorías de proceso

Estas teorías tratan de analizar el desarrollo de la motivación en el puesto de trabajo, entre las teorías de proceso se pueden destacar las desarrolladas por los siguientes autores:

a) Víctor H. Vroom: Teoría de la expectativa

En la actualidad, una de las explicaciones de la motivación aceptadas más ampliamente es la **teoría de las expectativas**, de Victor Vroom. Aunque tiene sus criticas, la mayor parte de la evidencia de la investigación apoya esta teoría.

La teoría de las expectativas afirma que la fuerza de una tendencia a actuar en determinada forma depende de la fuerza de la expectativa de que el acto esté seguido por un resultado determinado y de lo atractivo de ese resultado para el individuo. En términos más prácticos, la teoría de las expectativas dice que un empleado se motiva para ejercer un alto nivel de esfuerzo cuando cree que ese esfuerzo llevará a una buena evaluación de su desempeño; una buena evaluación dará lugar a recompensas organizacionales, como bonificaciones, incrementos de salario o un ascenso; y las recompensas satisfarán las metas personales del empleado. Por tanto, la teoría se enfoca en tres relaciones:

1. **Relación esfuerzo – desempeño:** la probabilidad que percibe el individuo de que ejercer una cantidad determinada de esfuerzo llevará al desempeño.
2. **Relación desempeño – recompensa:** el grado hasta el cual el individuo cree que desempeñarse a un nivel determinado lo conducirá al logro de un resultado deseado.
3. **Relación recompensa – metas personales:** el grado hasta el cual las recompensas organizacionales satisfacen las metas o necesidades personales de un individuo y lo atractivas que son esas posibles recompensas.

Según este autor, la motivación de una persona en el entorno laboral depende de los logros u objetivos que quiere alcanzar en su trabajo y de las probabilidades reales de llegar a conseguirlos. Si tales efectos son de suficiente interés a la persona se involucra en las acciones que conducen a ellos, de lo contrario se abstiene de actuar.(Ibid, p. 117).

En palabras de Vroom: “La gente se sentirá motivada a realizar las cosas a favor del cumplimiento de una meta si está convencida del valor de ésta y si comprueba que sus acciones contribuirán efectivamente a alcanzarla”.

El esfuerzo que desarrollan dependerá de varios factores:

– La significatividad que para el sujeto tenga la recompensa a sus logros y las probabilidades que existen de conseguirla.
– La probabilidad de conseguir el resultado deseado en términos de crecimiento profesional y personal.

b) Edwin Locke: Teoría de la finalidad

Locke (1968) reconoce un papel motivacional central a las intenciones de los sujetos al realizar una tarea. Son los objetivos o metas que los sujetos persiguen con la realización de la tarea los que determinarán el nivel de esfuerzo que emplearán en su ejecución. El modelo trata de explicar los efectos de esos objetivos sobre el rendimiento.
Los objetivos son los que determinan la dirección del comportamiento del sujeto y contribuyen a la función energitizante del esfuerzo. Los cambios en los valores de los incentivos pueden sólo afectar a su comportamiento en la medida en que vayan asociados a los cambios de objetivos. La satisfacción de los individuos con su rendimiento estará en función del grado de consecución de los objetivos permitido por ese rendimiento.

Los resultados de diversas identificaciones señalan, además, que los objetivos difíciles si son aceptados por el sujeto que ha de trabajar para conseguirlos conducen a mejores resultados de ejecución que los objetivos más fáciles. Se cumple incluso en los casos en que los objetivos establecidos son tan altos que nadie logra alcanzarlos plenamente.

Los efectos de las recompensas parecen estar mediados por cambios en los propios objetivos, lo mismo ocurre con otros factores como el conocimiento de los resultados o las influencias y presiones sociales.

Cuando incentivos como el dinero o el conocimiento de los resultados, cambian la actuación, también cambian los objetivos y las intenciones, pero cuando se controlan las diferencias de intención, los incentivos no tienen ningún efecto.

Otros autores señalan que los incentivos, especialmente los económicos y el conocimiento de los resultados, puede tener efectos motivadores independientes sobre la ejecución. La investigación sobre el establecimiento de las metas como factor motivacional del comportamiento laboral intenta determinar aspectos del proceso por el que se llega a establecer esos motivos y llegan a ser aceptados por el sujeto. Yukl y Latham (1978) señalan la importancia de una serie de variables moderadores que intervienen en el proceso. Entre ellas:

- el grado de participación
- las diferencias individuales,
- la dificultad de los objetivos,
- la instrumentalidad.

Es necesario para mayor conocimiento del proceso de establecimiento de metas, expectativas e intenciones para determinar sus efectos motivacionales sobre el comportamiento humano.

2.2.2.4. Teoría de la jerarquía de las Necesidades

Koontz y Weihrich (1999), manifiestan que una de las más conocidas teorías sobre la motivación es la teoría de la jerarquía de las necesidades propuestas por el psicólogo Abraham Maslow. Este concibió las necesidades humanas bajo la forma de una jerarquía, la cual va de abajo hacia arriba, y concluyó que una vez satisfecha una serie de necesidades, estas dejan de fungir como motivadores.

Maslow (1954), en su teoría motivacional, sugiere que las personas serian poseedoras de una tendencia intrínseca al crecimiento o auto perfección, una tendencia positiva al crecimiento, que incluye tanto los motivos de carencia o de déficit como los motivos de crecimiento o desarrollo. Maslow introduce el concepto de jerarquía de necesidades, en la cual las necesidades se encuentran organizadas estructuralmente con distintos grados de poder, de acuerdo a una determinación biológica dada por la constitución genética como organismo de la especie humana (de ahí el nombre de Instintoides de Maslow les da).

La jerarquía esta organizada de tal forma que las necesidades de déficit se encuentren en la parte mas baja, mientras que las necesidades de desarrollo se encuentran en la parte mas alta de la jerarquía; de este modo, en el orden dado por la potencia y por su prioridad, se encuentran las necesidades del déficit, las cuales serian las necesidades fisiológicas, las necesidades de seguridad, las necesidades de amor y pertenencia, las necesidades de estima y las necesidades de desarrollo, las cuales serian las necesidades de auto actualización (self-actualization) y las necesidades de transcendencia.

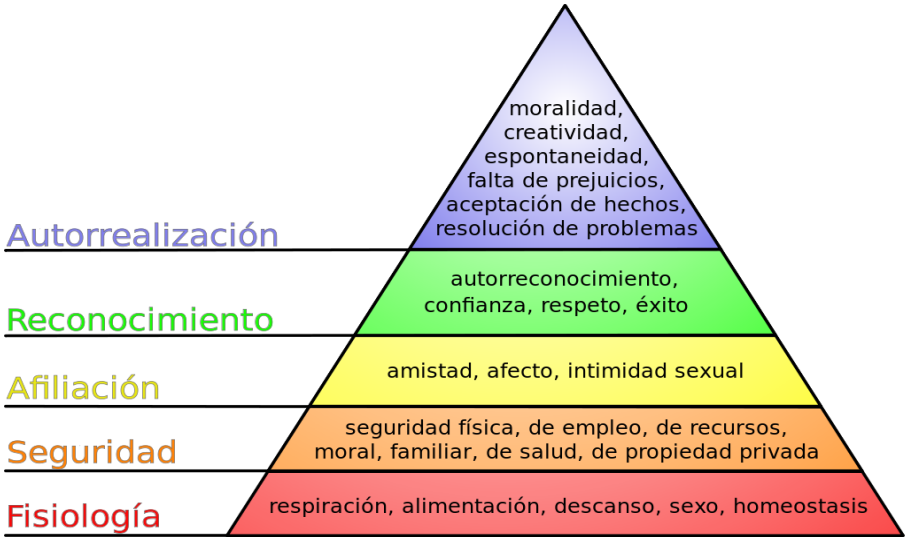
Dentro de esta estructura, cuando las necesidades de un nivel son satisfechas, no se produce un estado de apatía, sino que el foco de atención pasa a ser ocupado por las necesidades del próximo nivel y que se encuentran en el lugar inmediatamente, más alto de la jerarquía, y son estas necesidades las que se buscan satisfacer.

La teoría de Maslow plantea que las necesidades i inferiores son prioritarias, y por lo tanto, mas potente que las necesidades superiores de las jerarquías.

Solamente cuando la persona logra satisfacer las necesidades inferiores - aunque lo haga de modo relativo-, entran gradualmente entre sus conocimientos las necesidades superiores, y con eso la motivación para poder satisfacerlas; a medida que la tendencia

positiva toma mas importancia, se experimenta un grado mayor de salud psicológica y un movimiento hacia la plena humanización. Las necesidades humanas básicas que Maslow colocó en orden ascendente de importancia son las siguientes:

Figura N° 3 Jerarquía de las Necesidades de Maslow



Fuente: Maslow Abrahan (1954)

1. Necesidades Fisiológicas: estas son las necesidades básicas para el sustento de la vida humana, tales como alimentos, agua y calor.

Según Maslow, en tanto están necesidades no sean satisfechas en el grado indispensable para la conservación de la vida, las demás no motivaran a los individuos.

2. Necesidades de seguridad: estas son las necesidades para librarse de riesgos físicos y de temor a perder el trabajo, la propiedad, los alimentos o el abrigo.

3. Necesidades de Asociación o Aceptación: en tanto que seres sociales, los individuos experimenta la necesidad de pertenencia de ser aceptados por lo demás.

4. Necesidad de estimación: de acuerdo con Maslow, una vez que las personas satisfacen sus necesidades de pertenencia, tienden a desear la estimación tanto como propia como la de los demás. Este tipo de necesidad produce satisfacciones como poder, prestigio, categoría y seguridad en si mismo

5. Necesidad de Autorrealización: Maslow considero a ésta como la necesidad más alta de la jerarquía. Se trata del deseo de llegar a ser lo que es capaz de ser; de optimizar el propio potencial y de realizar algo valioso.

2.2.2.5. Dimensiones de la Motivación

Según David McClelland las dimensiones de la motivación son:

Motivación de Logro

Motivación de Poder

Motivación de Afiliación

a) **Motivación de Logro:** Llevar a imponerse elevadas metas que alcanzar. Tienen una gran necesidad de ejecución, pero muy poca de afiliarse con otras personas.

   En la investigación acerca de la necesidad de logro, McClelland encontró que los grandes realizadores se diferencian de otros por su deseo de realizar mejor las cosas. Buscan situaciones, en las que tengan la responsabilidad personal de brindar soluciones a los problemas, situaciones en las que pueden recibir una retroalimentación rápida acerca de su desempeño, a fin de saber si están mejorando o no y por último, situaciones en las que puedan entablar metas desafiantes; no obstante les molesta tener éxito por la suerte, es decir prefieren el desafío de trabajar en un problema y cargar con la responsabilidad personal del éxito o fracaso. Además evitan las tareas no muy fáciles o muy difíciles. Al superar obstáculos, desean sentir que el resultado, es decir su éxito o fracaso, depende de sus propias acciones. Los grandes realizadores se desempeñan mejor cuando perciben que tienen una oportunidad de éxito del 50% y una de fracaso de 50%, pues así poseen una buena posibilidad de experimentar sentimientos de logro y satisfacción de sus esfuerzos.

b) **Motivación de Poder:** Necesidad de influir y controlar a otras personas y grupos y a obtener el reconocimiento por parte de ellas.

   Por otra parte los individuos que poseen una alta necesidad de poder, disfrutan el encontrarse a cargo de los demás, se esfuerzan por influenciarlos, además ansían ser colocados en situaciones competitivas y dirigidas al estatus, y tienden a interesarse más por el prestigio y la consecución de influencia sobre los demás, que en el desempeño eficaz.

c) **Motivación de Afiliación:** Necesidad de formar parte de un grupo.

   La tercera necesidad es la de afiliación, que no ha recibido mucha atención por parte de los investigadores. Pero que a la larga crea un ambiente grato de trabajo, que

influye y están claramente relacionadas con las otras necesidades. Por ejemplo, el hecho de mantener buenas relaciones con los demás miembros de la organización, podrá producir que un gerente, más que poder coercitivo sobre sus subordinados, se gane el poder bajo la forma de autoridad; que a la larga le ayudará a conseguir eficientemente las metas trazadas por la organización y las personales en consecuencia. En esta situación se observa claramente una relación entre las necesidades de afiliación, logro y poder.

.

2.2.2.6. Técnicas motivacionales

Ruiz, et. al (2012) definen estas técnicas como la manera en que pueden ser utilizadas en las empresas con el propósito de motivar a los colaboradores, ya que esto ayuda a que los empleados de una organización realicen con mayor productividad sus actividades laborales realizadas diariamente.

- Políticas de conciliación

Unas de las técnicas para motivar al personal, y estás son formadas por medidas para conciliar la vida personal, laboral y familiar de los individuos, algunos ejemplos pueden ser, horario flexible, trabajo a tiempo parcial, permiso de maternidad y paternidad, servicios de guardería, permiso a excelencia para cuidar familiares, y otros.

- Mejora de las condiciones laborales

Dentro de las condiciones de mejora pueden ser, el salario, las condiciones físicas del entorno, como la iluminación, la temperatura, la decoración o equipos de trabajo adecuados, y la seguridad que le brindará la organización al colaborador, ya que de esta manera el podrá efectuar las tareas asignadas con mayor productividad y eficacia.

- Enriquecimiento del trabajo

Consiste en modificar la forma en la que se realiza el trabajo ya que esto resulta menos rutinario al colaborador. Esto puede darle la autonomía al trabajador para que participe en las decisiones que afecten a su trabajo, puesto que son los propios trabajadores quienes conocen como realizarlo.

- Adecuación de la persona al puesto de trabajo

Se seleccionan para cada puesto concreto las personas correctas que llenen los objetivos y tengan las competencias idóneas para desempeñar de manera excelente dicho puesto. Ya que esto hará que el trabajador este motivado e interesado en su trabajo.

- El reconocimiento del trabajo

Es importante reconocer y felicitar al trabajador por el trabajo realizado de buena manera y si han mejorado su rendimiento. El reconocimiento puede darse, simplemente, en unas palabras de agradecimiento, una felicitación por correo electrónico una carta un informe favorable para el jefe inmediato superior o una propuesta de ascenso. También el reconocimiento puede darse a los colaboradores como regalos canastas.

2.2.3. CALIDAD EN LOS SERVICIOS

La calidad en el servicio es cumplir con las expectativas que tiene el cliente, de manera que se satisfacen sus necesidades y deseos mediante un determinado servicio.

Para Enrique Muller de la Lama, la calidad en el servicio:"consiste en cumplir expectativas del cliente" (Muller, 1999;56)

Asimismo para Ruben Helouani, calidad en el servicio: "son los requerimientos que satisfacen las necesidades y deseos del cliente en la contratación y en el uso" (Helouani;1993 p. 18)

Pedro Larrea Angulo, considera que la calidad en el servicio: "es la percepción que tiene un cliente acerca de la correspondencia entre el desempeño y las expectativas relacionados con el conjunto de elementos, cuantitativos y cualitativos, de servicio" (Larrea;1991 p. 82)

Según Feigenbaum (2000 p. 125) "Es un sistema eficaz para integrar los esfuerzos de mejora de la gestión de los distintos grupos de la organización para proporcionar productos y servicios a niveles que permite la satisfacción del cliente".

Según Jurán J. (1996 p. 225) "El tema de la gestión de la calidad en los servicios es de interés actual, por lo que representa para la competitividad y la diferenciación del producto

o servicio que se oferta. Es por ello que se reflexiona sobre las realidades y retos de la gestión de la calidad en las empresas de servicios"

Trilogía de Jurán

1. Planeación de la calidad

2. Control de la calidad

3. Mejoramiento de la calidad

Los tres procesos se relacionan entre sí. Todo comienza con la planificación de la calidad. El objeto de planificar la calidad es suministrar a las fuerzas operativas los medios para obtener productos que puedan satisfacer las necesidades de los clientes. Una vez que se ha completado la planificación, el plan se pasa a las fuerzas operativas en donde ocurre la producción. Luego se analiza que cambios se le deben hacer al proceso para obtener una mejor calidad.

Según Deming E (1998, p. 124) "La gestión de calidad se fundamenta en la retroalimentación al cliente sobre la satisfacción o frustración de los momentos de verdad propios del ciclo de servicio. En los casos de deficiencias en la calidad, son críticas las acciones para recuperar la confianza y resarcir los perjuicios ocasionados por los fallos." El prestigio y la imagen de la empresa se mantendrán debido al correcto y eficaz seguimiento que se haga de los posibles fallos que se den en el servicio, hasta cerciorarse de la plena satisfacción del cliente afectado. Inclusive debe intervenir forzosamente la dirección general para evitar cualquier suspicacia del cliente. Esto inspirará confianza en los clientes y servirá de ejemplo a todo el personal para demostrar la importancia que tiene la calidad en todo lo que hacemos.

2.2.3.1. COMPONENTES

Los clientes califican la calidad en el servicio por medio de los siguientes componentes (Grande;1996, p. :322,324)

- **CONFIABILIDAD**

La capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente. La confiabilidad significa realizar bien el servicio desde la primera vez. Los consumidores puedes preguntarse si sus proveedores son confiables, por ejemplo; si la factura del teléfono, gas o electricidad refleja fielmente los consumos efectuados.

- **ACCESIBILIDAD**

Las empresas de servicio deben facilitar que los clientes contacten con ellas y puedan recibir un servicio rápido. Un negocio que responde a las llamadas por teléfono de los clientes, por ejemplo, cumple esta expectativa

- **RESPUESTA**

Se entiende por tal la disposición de atender y dar un servicio rápido. Los consumidores cada vez somos más exigentes en este sentido. Queremos que se nos atienda sin tener que esperar. Los ejemplos de respuesta incluyen devolver rápidamente las llamadas al cliente o servir un almuerzo a quien tiene prisa.

- **SEGURIDAD**

Los consumidores deben percibir que los servicios que se prestan carecen de riesgos, que no existen peligros ni dudas sobre la bondad de las prestaciones; por ejemplo, un cliente no debería dudar de lo acertado de la reparación de su automóvil.

- **EMPATIA**

Quiere decir ponerse en la situación del cliente, en su lugar para saber cómo se siente. Es ocupar el lugar del cliente considerando sus expectativas y necesidades.

- **TANGIBLES**

Las instalaciones físicas y el equipo de la organizan deben ser lo mejor posible y limpio, así como los empleados, deben estar bien presentados, de acuerdo a las posibilidades de cada organización.

2.2.3.2. Importancia

Una de las formas principales para que la empresa se pueda distinguir consiste en ofrecer calidad en el servicio, en forma consistente, la cual dará una fuerte ventaja competitiva, que conduce a un mejor desempeño en la productividad y en las utilidades de la organización.

Muchas empresas de servicios han tratado de asegurarse que los clientes reciban, en forma constante, servicio de gran calidad en todos sus encuentros con los servicios.

Por eso, el prestador de servicios tiene que identificar las expectativas de los clientes que tiene en la mira en cuanto a la calidad de servicio. Por desgracia, la calidad en los servicios es más difícil de definir y juzgar en comparación a la calidad de los productos.

Por esta causa, es importante que el prestador de servicios defina y comunique con calidad las necesidades de los clientes, ya que esa persona está en contacto directo con las personas que adquieren nuestro servicio.

Cabe señalar que la calidad en los servicios siempre variara, dependiendo de las circunstancias del problema y sobre todo, de que la interacción entre el empleado y el cliente sea buena.

Sin embargo, los errores no se pueden evitar, porque estamos trabajando con personas que piensan, hablan y actúan, y con factores externos que no está en nuestras posibilidades mejorarlas. La mayoría de estos incidentes ocurren en presencia de los clientes, dando por resultado que su servicio se demore más de la cuenta.

Como podemos observar, la calidad en el servicio juega un papel muy importante dentro de la empresa, porque no solo nos jugamos la venta hecha, sino de la imagen y la confianza que deposito ese cliente en nuestro producto y/o servicio; por consiguiente, un cliente insatisfecho representa una pérdida para la empresa tanto en utilidad como en imagen, y si pasa lo contrario, obtenemos un cliente satisfecho y leal a nuestro servicio y/o producto, además de una publicidad gratis por sus recomendaciones y mayores ingresos en la empresa

2.2.3.3. SERVICIO AL CLIENTE

Según Christopher H. (1999 p. 122) quien rescata: "El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo.

Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional"

Según Peel, M. el servicio al cliente es "aquella actividad que relaciona la empresa con el cliente, a fin de que éste quede satisfecho con dicha actividad"

Según Lovelock, C. (1998, p. 432) "El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona, por medio de telecomunicaciones o por correo. Esta función se debe diseñar, desempeñar y comunicar teniendo en mente dos objetivos: la satisfacción del cliente y la eficiencia operacional"

El servicio es el conjunto de prestaciones que el cliente espera además del producto o el servicio básico, como consecuencia de precio la imagen y la reputación del mismo. “Ser el número uno obliga”, se compromete ofrecer un gran servicio.

El servicio es algo que va más allá de la amabilidad y de la gentileza. Claro que una sonrisa nunca está de más. Hace además que esa sonrisa proporcione una buena información que oriente hacia el interlocutor idóneo o que no permita impacientarse. Se trata de un problema de métodos y no de simple cortesía.

Servicio no significa servilismo. Sin cliente no hay empresas y sin servicios no hay empresas.

Al revés que los productos los servicios son pocos o nada materiales. Sólo existen como experiencias vividas. En la mayoría de los casos el cliente de un servicio no puede expresar su grado de satisfacción hasta que lo consume. El servicio de los servíos comprende dos dimensiones propias: La prestación que buscaba el cliente y la experiencia que viven en el momento en que buscaba el servicio.

El servicio de los servicios puede provocar un impacto fundamental en la experiencia del consumidor su grado de satisfacción. La experiencia será positiva o negativa según:

- La posibilidad de opción.
- La disponibilidad

- El ambiente.
- La actitud del personal de servicio (Amabilidad, cortesía, ayuda, iniciativa) en la venta y durante la prestación de servicio.
- El riesgo percibido al recoger el servicio, que va unido a la imagen y a la reputación de la empresa.
- El entorno.
- Los otros clientes
- La rapidez y precisión de la respuesta a sus preguntas.
- La reacción más o menos tolerante con respecto a sus reclamaciones.
- La personalización de los servicios.

a) Elementos del servicio al cliente

- Contacto cara a cara
- Relación con el Cliente
- Correspondencia
- Reclamos y cumplidos
- Instalaciones

b) Importancia del servicio al cliente

Un buen servicio al cliente puede llegar a ser un elemento promocional para las ventas tan poderosas como los descuentos, la publicidad o la venta personal. Atraer un nuevo cliente es aproximadamente seis veces más caro que mantener uno. Por lo que las compañías han optado por poner por escrito la actuación de la empresa.

Se han observado que los clientes son sensibles al servicio que reciben de sus suministradores, ya que significa que el cliente obtendrá a las finales menores costos de inventario.

Malcom Peel, por ejemplo, destaca entre los principales puntos del servicio al cliente que "La Dirección ejecutiva debe ser responsable funcional de todos los aspectos del servicio al cliente "; "La formación debe ser especial en todo el personal que esté en contacto con el cliente ", "El vestuario tiene que ser impecable de quienes entren en contacto con el

cliente " y "La autoridad expresa, debe en el personal de las sucursales para solucionar problemas de servicio"; puntos en los cuales descansan las principales situaciones que caracterizan al servicio al cliente.

2.2.3.4. CLIENTES INTERNOS Y EXTERNOS

- **Cliente**

Según Mûller, Enrique. (2004, p. 32)"Es la persona o conjunto de personas que satisface sus necesidades adquiriendo bienes y servicios generados en el proceso productivo por otra persona o conjunto de personas. "Es la razón de ser de la empresa y de la cultura de servicio en donde todo se orienta a él"

- **Cliente interno**

Según Zeithmal V. y M.J. Bitner. (2000, p. 93) "El cliente interno se refiere a los empleados que dependen de otros empleados de la misma organización para apoyarse mutuamente y proveer internamente de bienes y servicios, con la finalidad de poder llevar a cabo un trabajo con eficiencia"

- **Cliente externo**

Según Zeithmal V. y M.J. Bitner. (2000, p. 97) El cliente externo por su parte se refiere a las personas, así como los negocios, que ejercen como compradores de bienes y servicios de una organización, cabe mencionar que la palabra "cliente" se refiere a estas personas.

- **Factores que influyen en la conducta del cliente**

Son cuatro los factores que influencian la conducta del cliente:

1. Factores culturales: La cultura, subcultura y la clase social tienen especial importancia en la conducta de compra
    - Cultura: Es el determinante fundamental de los deseos y conducta de una persona.
    - Subcultura: Cada cultura consta de subculturas más pequeñas que proporcionan a sus miembros una identificación y socialización más específica.
    - Clase social: Todas las sociedades humanas exhiben ben cierta estratificación social.
2. Factores sociales: Además de los factores culturales, la conducta del consumidor se halla influida por factores sociales como grupos de referencia y familia.

- Grupos de referencia: Se dividen en grupos primarios y secundarios. Los primarios estarán guiados por la familia y amigos, mientras que los secundarios por la religión y grupos sociales.
- Familia: La familia es la organización de compras de consumo mas importante de la sociedad y se ha investigado extensamente, además los miembros de la familia son el grupo de referencia primario mas influyente

3. Factores Personales: En las decisiones de un comprador también influyen sus características personales que son la edad, etapa en el ciclo de vida y ocupación.
    - Edad y etapa en el ciclo de vida: La gente compra diferentes bienes y servicios a lo largo de su vida; durante sus primeros años, comen alimento para bebés, luego, en los años de crecimiento y madurez, comen casi todos los alimentos, y en sus últimos años, las personas siguen dietas especiales y adecuadas a la edad. Los gustos en cuanto a ropa muebles y distracciones también están relacionados con la edad
4. Factores Psicológicos: Una persona tiene muchas necesidades en un momento dado. Algunas necesidades son biógenas: surgen de estados de tensión fisiológicos como el hambre, la sed la incomodidad. Otras necesidades son psicógenas; surgen de estados de tensión psicológicos como la necesidad de ser reconocidos, de ser estimados, de pertenecer. Una necesidad se convierte en un motivo cuando se eleva a un nivel de intensidad suficiente. Un motivo es una necesidad que es lo bastante urgente como para hacer que una persona actué. En este punto se puede tomar como ejemplo la pirámide de Maslow

2.2.3.5. CALIDAD EN EL SERVICIO

En lo referente a la calidad percibida del servicio se destacan las siguientes definiciones:

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1999 p. 225) lo definen “como el juicio que el cliente realiza acerca de la superioridad o excelencia global del producto, que la misma es una actitud, relacionada aunque no equivalente a la satisfacción y que se describe como el grado y dirección de las discrepancias entre las percepciones y las expectativas de los clientes”.

Por tanto Schrolder (1992, p. 234) “calidad es incluir cero defectos, mejora continua y gran enfoque en el cliente”.

Según Galgano (1995 p. 123) describe a la calidad como “la satisfacción del cliente, afirmando que este concepto supera y enriquece otros significados más tradicionales e insiste en su significado global”.

Otra definición Satisfacer, de conformidad con los requerimientos de cada cliente, las distintas necesidades que tienen y por la que se nos contrató. La calidad se logra a través de todo el proceso de compra, operación y evaluación de los servicios que entregamos. El grado de satisfacción que experimenta el cliente por todas las acciones en las que consiste el mantenimiento en sus diferentes niveles y alcances”.

a) Eficiencia

En términos generales, la palabra eficiencia hace referencia a los recursos empleados y los resultados obtenidos. Por ello, es una capacidad o cualidad muy apreciada por empresas u organizaciones debido a que en la práctica todo lo que éstas hacen tiene como propósito alcanzar metas u objetivos, con recursos (humanos, financieros, tecnológicos, físicos, de conocimientos, etc.) limitados y (en muchos casos) en situaciones complejas y muy competitivas.

Según Idalberto Chiavenato (1994, p. 454) eficiencia “significa utilización correcta de los recursos (medios de producción) disponibles. Puede definirse mediante la ecuación E=P/R, donde P son los productos resultantes y R los recursos utilizados”

Para Koontz y Weihrich, (1996, p. 345) la eficiencia es “el logro de las metas con la menor cantidad de recursos”

Según Robbins y Coulter, (1998, p. 298) la eficiencia consiste en “obtener los mayores resultados con la mínima inversión”

Como conclusión la eficiencia es la óptima utilización de los recursos disponibles para la obtención de resultados deseados, por tanto, se puede decir que una empresa, organización, producto o persona es “eficiente” cuando es capaz de obtener resultados deseados mediante la óptima utilización de los recursos disponibles.

b) Eficacia.

En términos generales, se habla de eficacia una vez que se han alcanzado los objetivos propuestos. Como un ejemplo muy ilustrativo podríamos decir que equivale a ganar un partido de fútbol independientemente de si el juego es aburrido o emocionante para el espectador, porque lo importante es hacer lo necesario para lograr el triunfo. Y punto. Pero, ¿qué significa realmente el término eficacia? o, ¿cuál es definición?

Según Idalberto Chiavenato, (1994, p.455) la eficacia "es una medida del logro de resultados" Para Koontz y Weihrich, (1996, p. 347) la eficacia es "el cumplimiento de objetivos"

Según Robbins y Coulter, (1998, p.301) eficacia se define como "hacer las cosas correctas", es decir; las actividades de trabajo con las que la organización alcanza sus objetivos.

Para Reinaldo O. Da Silva, la eficacia "está relacionada con el logro de los objetivos resultados propuestos, es decir con la realización de actividades que permitan alcanzar las metas establecidas. La eficacia es la medida en que alcanzamos el objetivo o resultado"

En conclusión eficacia es hacer lo necesario para alcanzar o lograr los objetivos deseados o propuestos, por tanto, una empresa, organización, producto o persona es "eficaz" cuando es capaz de hacer lo necesario para lograr los objetivos deseados o propuestos.

c) Efectividad

Según Simón Andrade La efectividad es la capacidad de lograr un efecto deseado, esperado o anhelado. En cambio, eficiencia es la capacidad de lograr el efecto en cuestión con el mínimo de recursos posibles viable.

2.3. HIPOTESIS

2.3.1. Hipótesis General

La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la caliad de servicios de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

2.3.2. Hipótesis Específicos

a) La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la caliad de servicios en su dimensión satisfacción laboral de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

b) La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la caliad de servicios de los trabajadores en su dimensión responsabilidad en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

c) La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la caliad de servicios en su dimensión empatía de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

2.4. Definición de Términos

Calor Humano

Energía transferida entre las personas y que está relacionada con la diferencia de afectos existente entre ellos.

Confianza: La capacidad de ofrecer el servicio de manera segura, exacta y consistente. La confiabilidad significa realizar bien el servicio desde la primera vez.

Contenido del trabajo

Definición oficial de las actividades que hay que realizar en un puesto de trabajo determinado. Definir estas actividades es algo lógico y necesario en cualquier actividad en cualquier parte del mundo.

Cultura Organizacional

Un patrón de supuestos básicos compartidos, que la organización ha aprendido mientras resuelve sus problemas de adaptación externa e integración interna, que han funcionado lo suficientemente bien para ser considerada válida. Por lo tanto es enseñada a los miembros nuevos como la forma correcta de percibir, pensar y sentir en relación a sus problemas (Edgar Schein, 1992)

Desempeño: Se denomina desempeño al grado de desenvoltura que una entidad cualquiera tiene con respecto a un fin esperado. Así, por ejemplo, un trabajador puede

tener buen o mal desempeño en función de su laboriosidad, una empresa puede tener buen o mal desempeño según la calidad de servicios que brinda en función de sus costos.

Desempeño laboral

Rendimiento del personal dentro de un determinado centro de labor.

Eficacia: Del latín **eficacia**, la eficacia es la capacidad de alcanzar el efecto que espera o se desea tras la realización de una acción. No debe confundirse este concepto con el de eficiencia (del latín **efficientĭa**).

Eficiencia:, que se refiere al uso racional de los medios para alcanzar un objetivo predeterminado (es decir, cumplir un objetivo con el mínimo de recursos disponibles y tiempo).

Elementos Tangibles. Son catalogados como elementos tangibles el aspecto de las instalaciones físicas, el personal, maquinarias, equipos, herramientas, métodos, procedimientos, instrucciones, materiales de comunicación y productos intermedios.

Empatía: Participación afectiva de una persona en una realidad ajena a ella, generalmente en los sentimientos de otra persona.

Estructura

Conjunto de relaciones que mantienen entre sí las partes de un todo.

Calidad de servicios: La calidad de servicio consiste en cumplir con las expectativas que tiene el cliente sobre que tan bien un servicio satisface sus necesidades.

Motivación Laboral.- La motivación laboral es la satisfacción de las necesidades sociales de logro, poder, y afiliación.

Organización: es una acción de organizar u organizarse la manera de dentro de una organización con el objetivo de obtener buenos resultados.

Recompensa

Favor o premio que se otorga a uno para agradecerle los servicios prestados, una buena acción, etc.: dar una recompensa a un niño por haber sido bueno.

Resultado: es el efecto o consecuencia de una acción realizada dentro de una organización laboral, podrían ser buenos o malos de la empresa.

Satisfacción laboral: es una sensación positiva sobre el trabajo propio, que surge de la evaluación de sus características. Una persona con alta satisfacción en el trabajo tiene sentimientos positivos acerca de este, en tanto que otra insatisfecha los tiene negativos…

evaluar que tan satisfecho o insatisfecho se encuentra un empleado con su trabajo es un agregado complejo con cierto número de elementos discretos del empleo" (p. 539-545). Según Brooke et al. (1988).

2.5. IDENTIFICACIÓN DE VARIABLES

1.1.1. Variable 1 (x):

X = **Motivación Laboral.-** La motivación laboral es la satisfacción de las necesidades sociales de logro (éxito en las tareas que implica evaluación del rendimiento), poder (dominio y control del comportamiento de otros) y afiliación (establecimiento de relaciones interpersonales cercanas). McClelland (1961), citado por Nieto y Carrero (2007, p. 208-209)

1.1.2. Variable 2 (y):

Y = **Calidad de Servicios.-** La calidad de servicio es un conjunto de elementos tangibles, satisfacción laboral, confianza, responsabilidad y empatía, que perciben los usuarios y/o clientes de las entidades públicas y privadas del de la Región de Huancavelica, en concordancia con el nivel de satisfacción que obtienen de todas sus expectativas. Abadi (2004, pp.4 - 5)

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERATIVA	
		DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE 1 **(X)** Motivación Laboral McClelland (1961), citado por Nieto y Carrero (2007, p. 208-209)	La motivación laboral es la satisfacción de las necesidades sociales de logro(éxito en las tareas que implica evaluación del rendimiento), poder(dominio y control del comportamiento de otros) y afiliación (establecimiento de relaciones interpersonales cercanas). McClelland (1961), citado por Nieto y Carrero (2007, p. 208-209)	X_1: Logro	- Conducta - Logro de Materiales - Satisfacción
		X_2: Poder	- Línea de mando - Actividades delegadas - Actividades realizadas
		X_3: Afiliación	- Participación de grupos - Relaciones interpersonales - Nivel afectivo
VARIABLE 2 **(Y)** Calidad de servicios Abadi (2004)	La calidad de servicio es un conjunto de elementos tangibles, satisfacción laboral, confianza, responsabilidad y empatía, que perciben los usuarios y/o clientes de las entidades públicas y privadas del de la Región de Huancavelica, en concordancia con el nivel de satisfacción que obtienen de todas sus expectativas. Abadi (2004, pp.4 - 5)	Y_1: Elemento tangible	- Recursos materiales - Entorno laboral
		Y_2: Confianza	- Honestidad - Seguridad
		Y_3: Satisfacción laboral	- Puesto de trabajo - Organización
		Y_4: Responsabilidad	- Valores - Empeño
		Y_5: Empatía	- Solidaridad - Proactivo

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

3.1 AMBITO DE ESTUDIO

El presente trabajo de investigación se realizóen la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica, cuya encuesta se formuló a los trabajadores nombrados y contratados en el periodo 2016.

3.2 TIPO DE INVESTIGACION

La tipología del presente trabajo de investigación es de tipo aplicada; porque permitió aplicar los conocimientos y teorías encontradas a la fecha en busca de solucionar problemas en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica.

Sampieri R. (2004) Metodología de la Investigación: Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

> Sanchez y Reyes (1998, p. 13) dice sobre la investigación aplicada: Es llamada también constructiva o utilitaria, se caracteriza por su interés en la aplicación de los conocimientos teóricos a determinada situación concreta y las consecuencias prácticas que de ella se deriven. La investigación aplicada busca conocer para hacer, para actuar, para construir para modificar; le preocupa la aplicación inmediata sobre una realidad circunstancial antes que el desarrollo de un conocimiento de valor universal.

3.3 NIVEL DE INVESTIGACIÓN

Por el tipo de investigación del estudio reunió las condiciones de una investigación de nivel correlacional, por que pretende relacionar las variables de estudio y describirlos.

Sampieri R. (2004) Metodología de la Investigación: Los estudios correlaciónales tienen como propósito evaluar la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables (en un contexto particular).

Según Gonzáles, Oseda, Ramírez, y Gave (2011) el nivel de investigación correlacional es: "El que tiene como finalidad establecer el grado de relación o asociación no causal existente entre dos o más variables. Se caracterizan porque primero se miden las variables y luego, mediante pruebas de hipótesis correlaciónales y la aplicación de técnicas estadísticas, se estima la correlación.

3.4 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.

3.4.1. Método General

El método general de investigación que se utilizó fue el Método Científico; al respecto **Paucar** (2007) manifiesta que el Método Científico; es un rasgo de la ciencia tanto básica como aplicada y pone énfasis en el hecho de que donde hay método científico hay ciencia.

A decir **Kerlinger, F y otros (2002)** "el método científico comprende un conjunto de normas que regulan el proceso de cualquier investigación que merezca ser calificada como científica. Además enfatiza, "la aplicación del método científico al estudio de problemas pedagógicos da como resultado a la investigación científico".

En la actualidad según **Cataldo (**1992) el estudio del método científico es objeto de estudio de la epistemología; asimismo el significado de la palabra "método" ha variado. Ahora se le conoce como el conjunto de técnicas y procedimientos que le permiten al investigador realizar sus objetivos.

3.4.2. Métodos Específicos

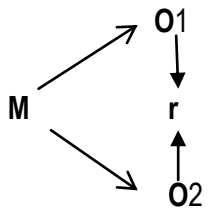
Para el presente trabajo de investigación se empleó los siguientes métodos específicos de investigación:

a) **Inductivo – Deductivo.-** Se utilizó fundamentalmente para la explicación de las inferencias y generalizaciones luego de las mediciones realizadas a la variable.

b) **Analítico – Sintético.-** Se empleó para la construcción del marco teórico de la investigación.

3.5 DISEÑO DE INVESTIGACION

El diseño de investigación se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desee, en este sentido clasifican los diseños en experimentales y no experimentales. En la presente investigación se utilizó el diseño no experimental de tipo descriptivo correlacional, cuya notación es:



Donde:

M: Muestra de estudio
O1: Observación a la motivación
O2: Observación del desempeño organizacional
r: Relación.

Según **Sanchez y Reyes** (1998) en este diseño el investigador se orienta a la determinación del grado de relación existente entre dos o más variables de interés en una misma muestra de sujeto o el grado de relación existente entre dos fenómenos o eventos observados. Con estos diseños se hacen investigaciones donde los sujetos, los fenómenos y los procesos se estudian tal como se dan.

3.6 POBLACIÓN y MUESTRA.

3.6.1 Población

Según Hernández, Fernández, & Baptista (2010, pág. 91) "La población es el conjunto de individuos que comparten por lo menos una característica, sea una ciudadanía común, la calidad de ser miembros de una comunidad, asociación voluntaria o de una raza".

Para la presente investigación, de acuerdo al documento fuente conseguida de la unidad de Recursos Humanos y el CAP del 2016; la población estará conformada por 39 trabajadores entre nombrados y contratados.

3.6.2. Muestra

La muestra se tendrá que considerar "como cualquier sub conjunto de la población", para **(Thomás, 2007)** que, se usó la muestra para inferir lo que ocurre dentro de la población.

El total de la muestra está conformado por los 39 trabajadores de la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica, ala que llamaremos muestra Censal.

Según **Hernández, Fernández y Baptista (2010**) la define como censo, el cual es: *"el proceso de toma de la información de todos y cada uno de los elementos que constituyen la población".*

3.6.3. Muestreo

El muestreo que se empleó fue el muestreo no probabilístico de tipo intencional.

Según **Sánchez y Reyes (1998);** la define como aquella en el cual no se conoce la probabilidad o posibilidad de cada uno de los elementos de una población de poder ser seleccionado en una muestra. Es intencional por que en este tipo de muestreo quien selecciona la muestra lo que busca es que ésta será representativa de la población de donde es extraída.

3.7. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS:

Las técnicas y los instrumentos que se utilizaron para la investigación son:

En primer lugar, se tuvo en cuenta el diseño y elaboración del marco teórico, donde se consideró las fichas bibliográficas, de resumen, de párrafo; que nos servió para estructurar el marco teórico referencial y conceptual de la presente investigación.

Según Suárez, (1998, p.45) sostiene que el fichaje "consiste en registrar los datos que se van obteniendo en los instrumentos llamados fichas, las cuales debidamente elaboradas y ordenadas contienen la mayor parte de la información que se recopila en una investigación".

Según Ary,(1993, p.123)"las fichas deben cumplir una serie de requisitos formales que tienen como objetivo, facilitar su utilización posterior".

3.7.1 Técnicas:

Las técnicas a empleados para la recolección de datos fueron:

a. Observación directa. Contacto con los investigados en el campo.

Durante el trabajo de campo la guía de observación; permitió capturar datos desde el punto de vista de los trabajadores que laboran en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica, en el año 2016; sobre la problemática planteada.

b. Encuesta. Además se aplicó encuestas a los trabajadores

Según el mismo Suárez, (1998, p.54) la encuesta "es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador".

3.7.2 Instrumentos:

Según Sierra, (1995, p.245) el instrumento cuestionario de encuesta es "un conjunto de preguntas, preparados cuidadamente sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación sociológica para su contestación por la población o su muestra a que se extiende el estudio emprendido".

3.8 PROCEDIMIENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Para la elaboración y procesamiento de datos se utilizó los modelos tabulares numéricos y gráficos, además el uso de los softwares aplicativos como el SPSSv.20.00 y el Ms-Excel v. 2010; donde se considerará.

- Las Medidas de Tendencia Central (la media aritmética, la mediana y la moda), de Dispersión (La varianza y la desviación estándar y el coeficiente de variabilidad). Las de forma: la Asimetría y la Kurtosis.

3.9 PROCEDIMIENTO PARA PROBAR LAS HIPÓTESIS.

El proceso que permitió realizar el contraste de hipótesis que requiere de ciertos procedimientos. Se ha podido verificar los planteamientos de diversos autores y cada uno de ellos con sus respectivas características y peculiaridades, motivo por el cual era necesario decidir por uno de ellos para ser aplicado en la investigación.

Como señala Pérez, (2005, p.235), se resume a seis pasos, y estando en este último paso, se tiene ya la posibilidad de tomar la decisión de aceptar o rechazar la hipótesis nula; atendiendo a este planteamiento, que a criterio propio es el más coherente; sin dejar de lado otros planteamientos, se ha optado por seguir estos pasos para el contraste de la hipótesis:

1. Formular la hipótesis nula y alterna de acuerdo al problema.
2. Escoger un nivel de significancia o riesgo α.
3. Escoger el estadígrafo de prueba más apropiado.
4. Establecer la región crítica.
5. Calcular valores de la prueba estadística de una muestra aleatoria de tamaño n.
6. Rechazar la Ho si el estadígrafo tiene un valor en la región crítica y no rechazar (aceptar)= en el otro caso.

Para la presente investigación se ha visto por conveniente que hará uso de la distribución F de Fisher para probar la homogeneidad de las varianzas Para la Prueba de Hipótesis se hará uso del análisis de varianza, ya que se tiene dos variables.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS OBTENIDOS

En este capítulo se presenta una descripción de la información obtenida luego de aplicar el instrumento de la presente investigación. Así, tenemos a 39 trabajadores entre nombrados y contratados de la Facultad de Ciencias Empresariales, los cuales nos han permitido investigar una la relación que existe entre la motivación y la calidad de servicio en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el 2016.

Por tanto re han realizado las respectivas mediciones y procedimientos, por lo que se ha procedido a la codificación de la Información y su respectivo modelado en la Base de Dato correspondiente a fin de obtener las conclusiones para la presente investigación; utilizando un software estadístico (SPSS) y el Excel obteniendo resultados descriptivos como la tabla de frecuencias, gráficos de barras y circulares; del mismo modo se ha utilizado la estadística inferencial para la contrastación de la Hipótesis a través del estadístico de Prueba de Coeficiente de Correlación de Spearman.

4.1 Presentación de resultados

4.1.1 Validez y confiabilidad del instrumento

Procedemos a evaluar nuestros instrumentos con el alfa de cronbach, utilizando la varianza de los ítems y la varianza del puntaje total, a través del programa estadístico SPSS 22.

Para la confiabilidad del instrumento se tiene en cuenta la siguiente escala:

Escala puntaje

- Muy baja 0
- Baja 0,01 – 0,49
- Regular 0,5 – 0,59
- Aceptable 0,6 – 0,89
- Elevada 0,9 – 1

Donde un coeficiente 0 significa nula confiabilidad y 1 representa un máximo confiabilidad, es decir debe oscilar entre 0 y 1.

Procedemos a evaluar nuestro instrumento con el alfa de cronbach, utilizando la varianza de los ítems y la varianza del puntaje total, a través del programa estadístico SPSS 22.

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum_{i=1}^{k} S_i^2}{S_t^2}\right],$$

Donde

- S_i^2 = es la varianza del ítem
- S_t^2 = es la varianza de los valores totales observados
- k = es el número de preguntas o ítem
- α = Coeficiente de Alfa de cronbach.

Procesamiento

Tabla 1. Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	38	97,4
	Excluido[a]	1	2,6
	Total	39	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Tabla 2. Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,748	31

Para este instrumento el análisis de la varianza nos mide el promedio de la diferencia elevada al cuadrado de cada dato respecto a la media. Por tanto debemos tener presente que entre más alta sea la varianza, menos es la dispersión de los datos frente a la media. En este caso particular la varianza es igual a cero, por tanto, podemos decir que cada dato es igual al promedio.

Decisión:

Según la escala nuestro instrumento tienen una confiabilidad de 0,748, es decir es aceptable. Por lo tanto proseguimos a constatar nuestra hipótesis con ese nivel de confiabilidad de nuestro instrumento.

4.1.2 Resultados Estadísticos

4.1.2.1 Resultados por dimensiones de la variable 1- Motivación

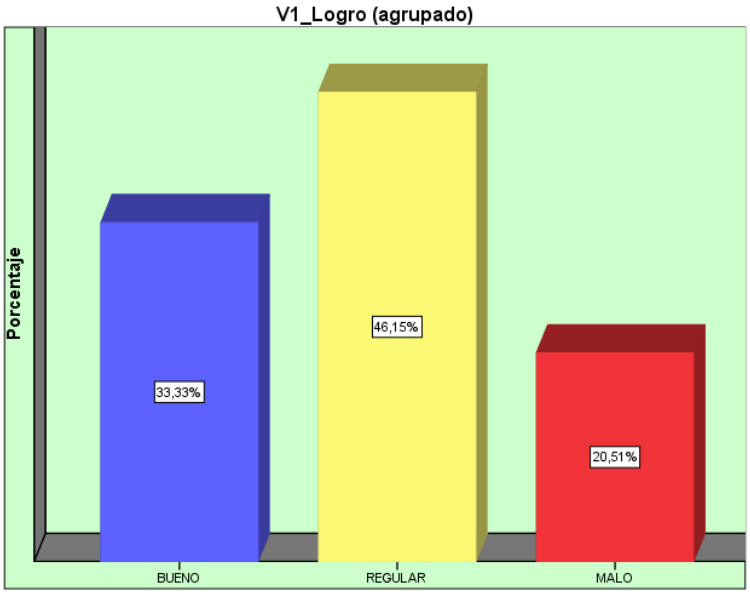
Dimensión Logro

Tabla 3. Dimensión Logro (Agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	13	33,3	33,3	33,3
	Regular	18	46,2	46,2	79,5
	Malo	8	20,5	20,5	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, base de datos de la encuesta.

Gráfico 1.



Fuente: Tabla 3.

Los resultados de la tabla 1 y del gráfico 3, nos muestra que del 100% de los encuestados; el 33.3% califica como Bueno a la dimensión LOGRO, como medición de la variable de Motivación Laboral y el 46,2% considera como regular y el 20,5% considera como malo.

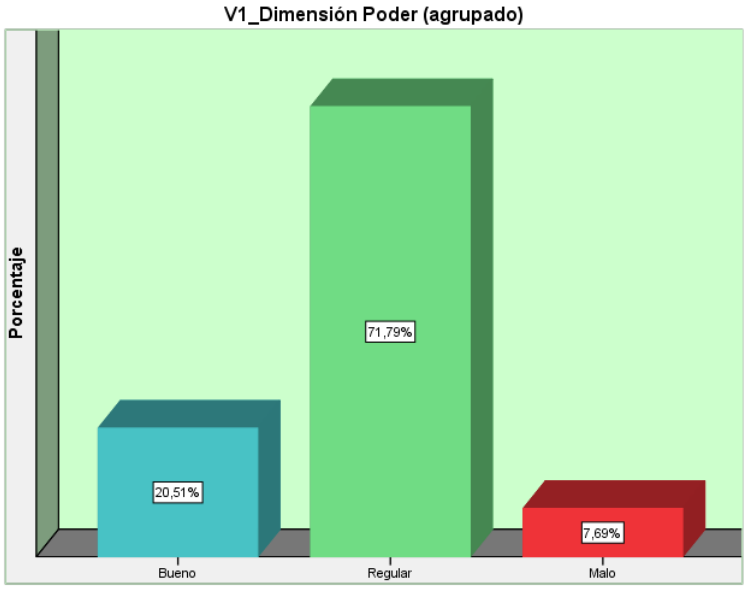
Dimensión poder

Tabla 4. Dimensión Poder (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	8	20,5	20,5	20,5
	Regular	28	71,8	71,8	92,3
	Malo	3	7,7	7,7	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, base de datos de la encuesta.

Gráfico 2.



Fuente: Tabla 4.

Los resultados de la tabla 4 y del gráfico 2, nos muestra que del 100% de los trabajadores de la Facultad de Ciencias Empresariales el 20,5% califica como bueno a la dimensión Poder como parte de la motivación laboral, y el 71,8% o califica como regular y el 7,7% como malo.

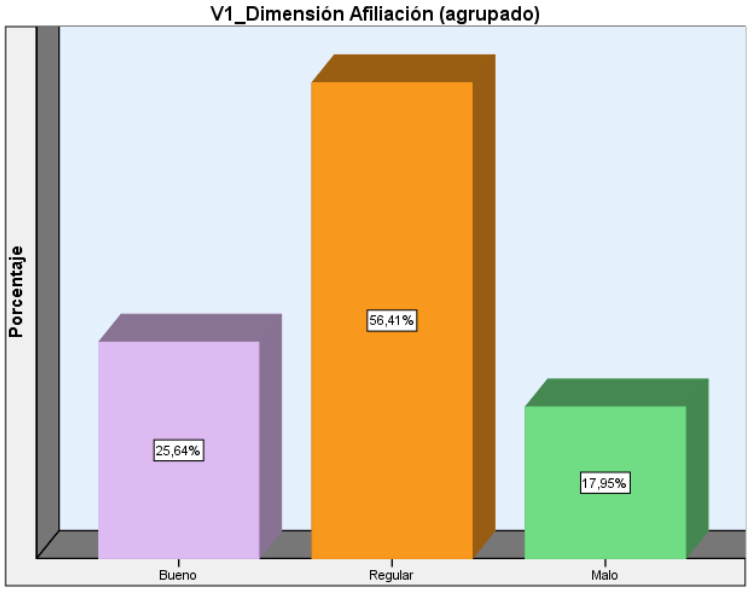
Dimensión afiliación

Tabla 5. Dimensión Afiliación (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	10	25,6	25,6	25,6
	Regular	22	56,4	56,4	82,1
	Malo	7	17,9	17,9	100,0
	Total	39	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia, base de datos de la encuesta.

Gráfico 3



Fuente: Tabla 5.

Los resultados de la tabla 5 y del gráfico 3, nos muestra que del 100% de los encuestados; el 25,6% califica como bueno a la dimensión afiliación, mientras que el 56,4% califica como regular y el 17.9% como malo.

4.1.2.2 Resultados por dimensiones de la variable 2 – Dimensión calidad de servicios

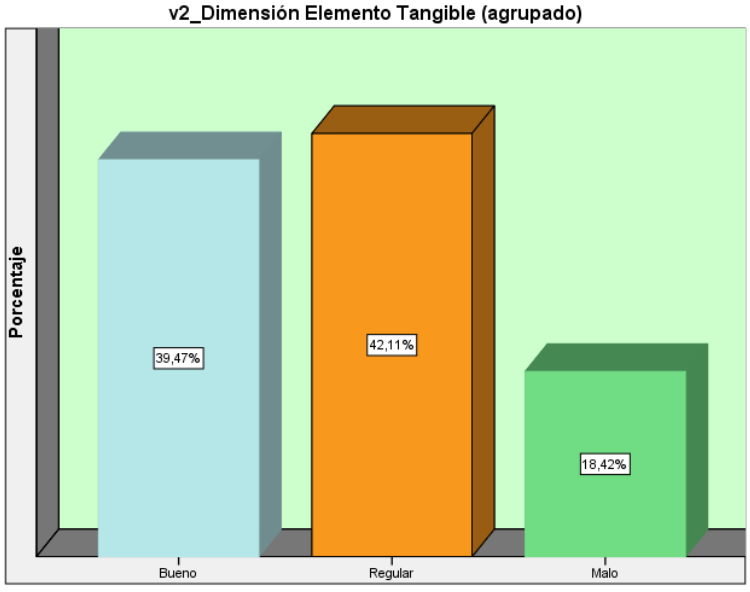
Dimensión elemento tangible

Tabla 6. Dimensión Elemento Tangible (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	15	38,5	39,5	39,5
	Regular	16	41,0	42,1	81,6
	Malo	7	17,9	18,4	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,6		
Total		39	100,0		

Fuente: Elaboración propia, base de datos de la encuesta.

Gráfico 4.



Fuente: Tabla 6.

Los resultados de la tabla 6 y del gráfico 4, nos muestra que el 38.5% de los trabajadores de la FCE considera que la dimensión Elemento Tangible es Bueno dentro de la variable Calidad de Servicio, el 42,1% lo califica como regular y el 18,4% lo califica como malo.

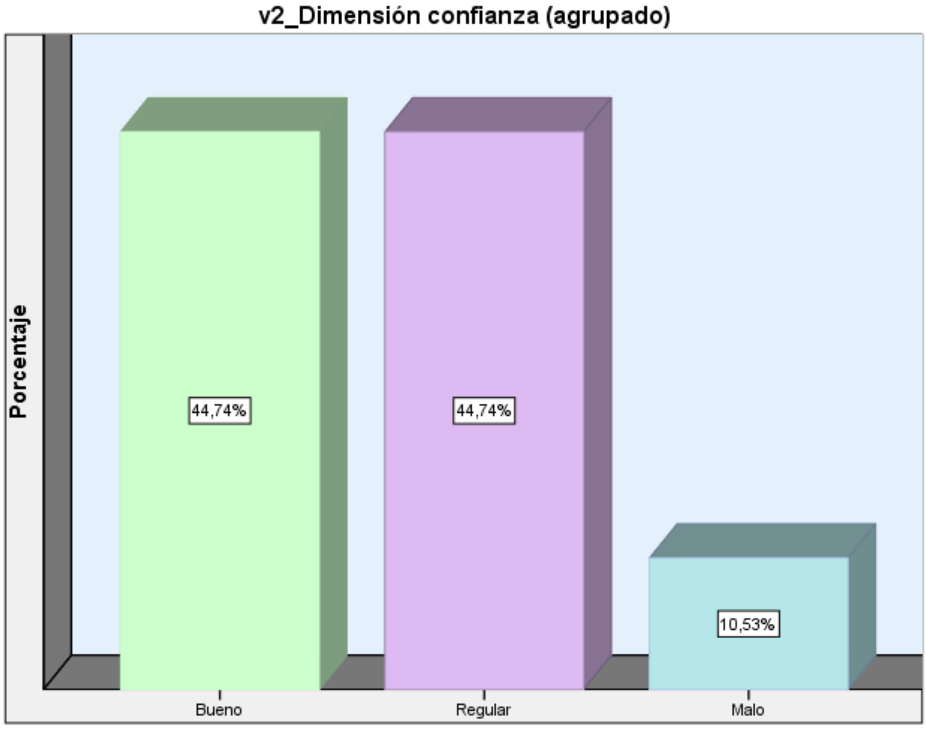
Dimensión confianza

Tabla 7. Dimensión confianza (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	17	43,6	44,7	44,7
	Regular	17	43,6	44,7	89,5
	Malo	4	10,3	10,5	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,6		
Total		39	100,0		

Fuente: Elaboración propia, base de datos de la encuesta.

Gráfico 5.



Fuente: Tabla 7.

De los resultados que se visualizan en la tabla de frecuencias 7 y del gráfico 5, se tiene que el 43.6% de los trabajadores de la FCE califica como bueno a la dimensión confianza de la variable calidad de servicio, el 43,6% lo calificada como regular y el 10.3% como malo.

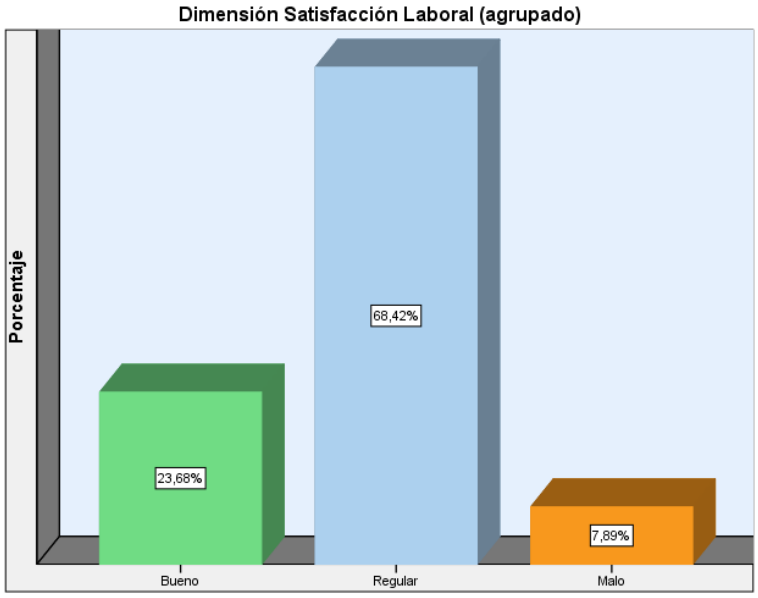
Dimensión satisfacción laboral

Tabla 8. Dimensión Satisfacción Laboral (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	9	23,1	23,7	23,7
	Regular	26	66,7	68,4	92,1
	Malo	3	7,7	7,9	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,6		
Total		39	100,0		

Fuente: Elaboración propia, base de datos de la encuesta.

Gráfico 06.



Fuente: Tabla 9

.

De los resultados que se visualizan en la tabla de frecuencias 8 y del gráfico 6, se tiene que el 23,7% de los encuestados califica como bueno a la dimensión Satisfacción Labora de la variable calidad de servicio, y el 66,7% considera a esta dimensión como regular y el 7.7% como malo.

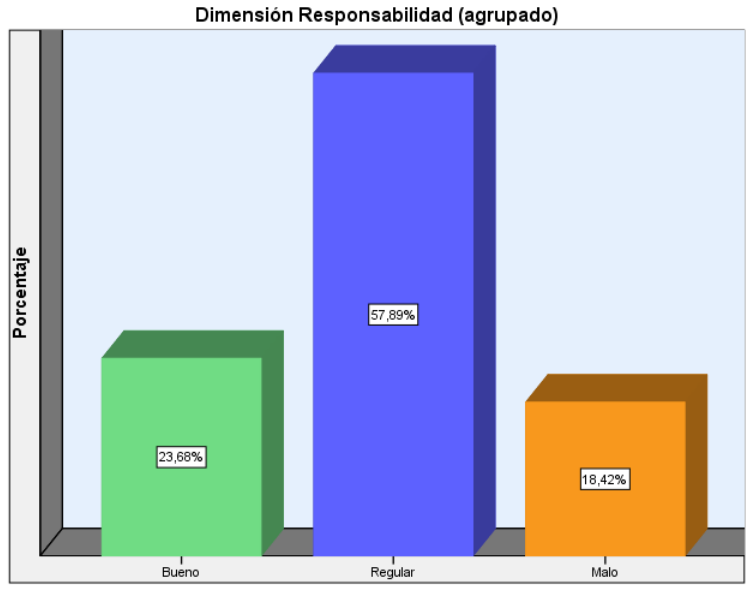
Dimensión Responsabilidad

Tabla 9. Dimensión Responsabilidad (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	9	23,1	23,7	23,7
	Regular	22	56,4	57,9	81,6
	Malo	7	17,9	18,4	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,6		
Total		39	100,0		

Fuente: Elaboración propia, base de datos de la encuesta.

Gráfico 7.



Fuente: Tabla 10.

De los resultados que se visualizan en la tabla de frecuencias 9 y el gráfico 7, se observa que el 23,1% de los trabajadores de la FCE califica a la dimensión responsabilidad como bueno dentro de la calidad de servicio y el 56,4% lo califica como regular y el 17,9% como malo.

Dimensión Empatía

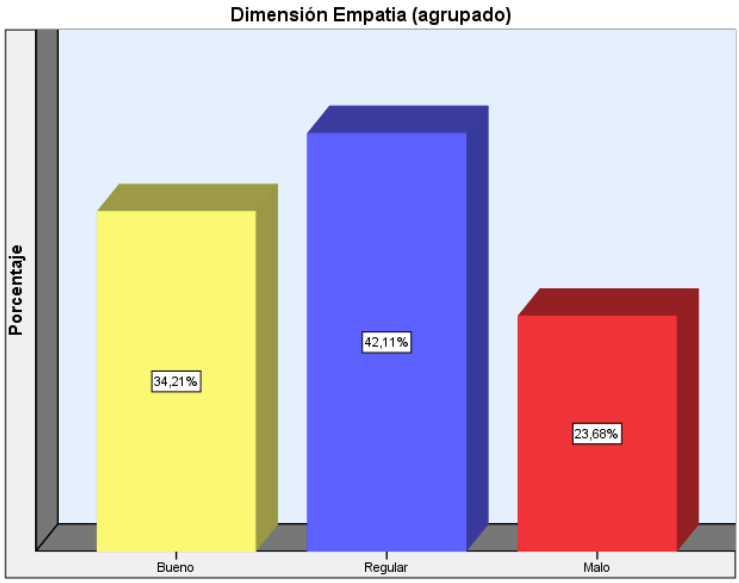
Tabla 10. Dimensión empatía (agrupado)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado

Válido	Bueno	13	33,3	34,2	34,2
	Regular	16	41,0	42,1	76,3
	Malo	9	23,1	23,7	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,6		
Total		39	100,0		

Fuente: Elaboración propia, base de datos de la encuesta.

Gráfico 8.



Fuente: Tabla 10.

De los resultados que se visualizan en la tabla de frecuencias 10 y el gráfico 8, se observa que el 33.3% considera de los trabajadores de la FCE califica como bueno, el 41% como regular y el 23,1% considera que esta dimensión es mala.

4.1.2.3 Resultados por variable agrupados

Variable 1: Motivación laboral

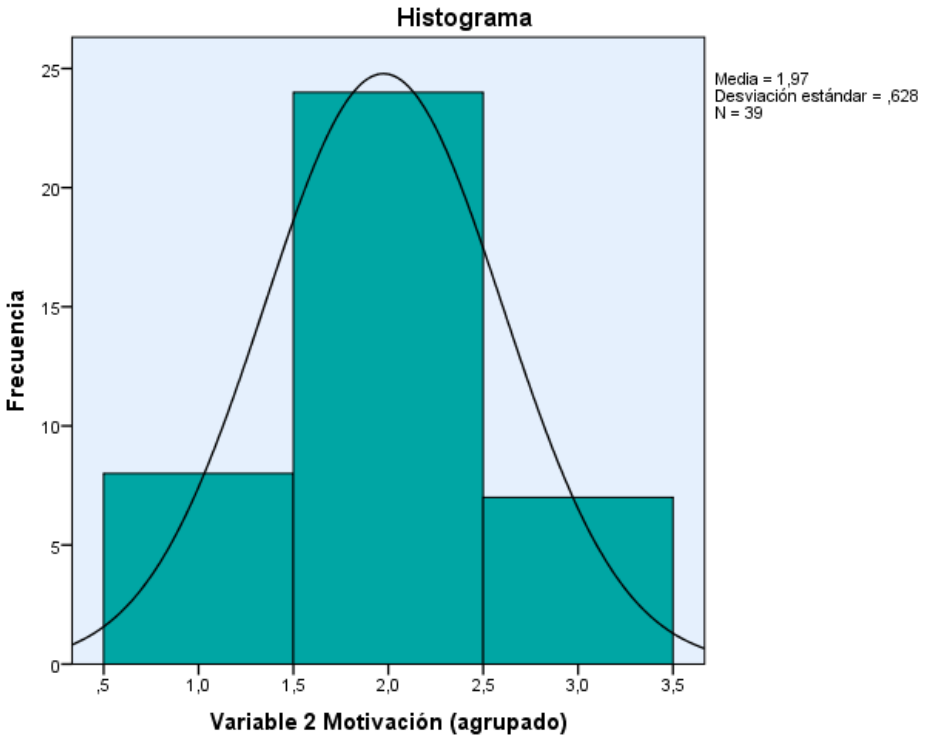
Tabla 11. Motivación (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	8	20,5	20,5	20,5
	Regular	24	61,5	61,5	82,1
	Malo	7	17,9	17,9	100,0

Total	39	100,0	100,0

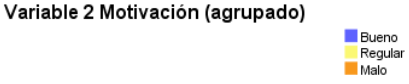
Fuente: Elaboración propia, base de datos de la encuesta.

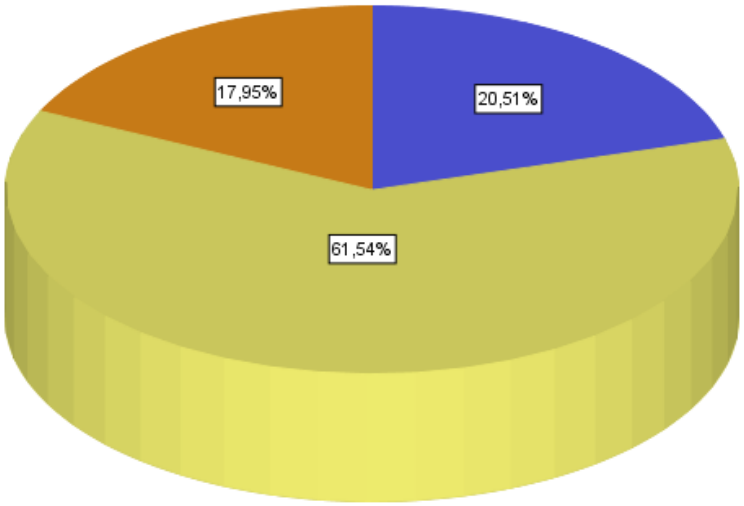
Gráfico 09.



Fuente: Tabla 11.

Grafico 10.





Fuente: Tabla 11.

De los resultados agrupados para la variable MOTIVACIÓN LABORAL se tiene: que el 20,5% de los trabajadores de la FCE, considera como bueno a esta variable, el 61,5% lo califica como regular y el 17,9% como malo. Recordemos que la motivación laboral es la capacidad que tienen las organizaciones para mantener el estímulo positivo de los empleados en relación a todas las actividades que se realizan; y en este caso vemos que esto que los niveles *regulares* son los que predominan.

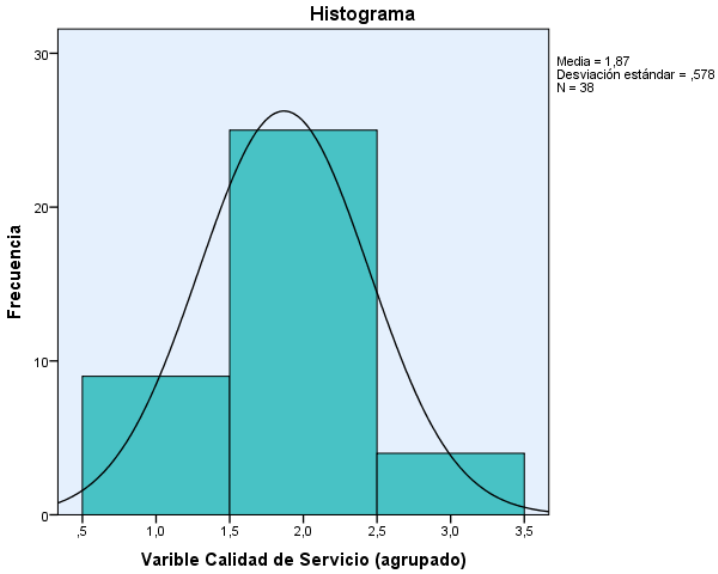
Variable 2: Calidad de Servicios

Tabla 12. Calidad de Servicio (agrupado)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	9	23,1	23,7	23,7
	Regular	25	64,1	65,8	89,5
	Malo	4	10,3	10,5	100,0
	Total	38	97,4	100,0	
Perdidos	Sistema	1	2,6		
Total		39	100,0		

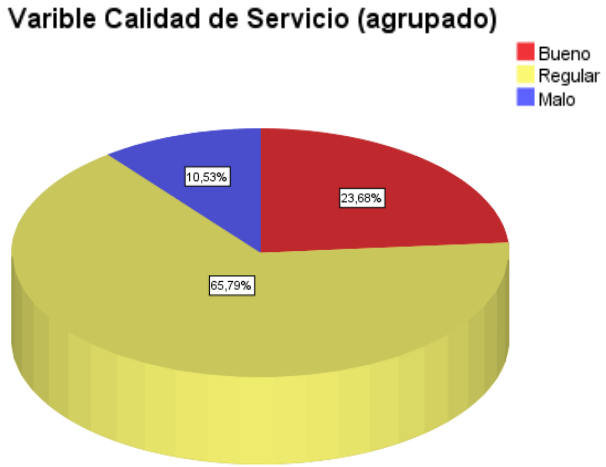
Fuente: Elaboración propia, base de datos de la encuesta.

Gráfico 11.



Fuente: Tabla 12.

Gráfico 12.



Fuente: Tabla 12.

De los resultados agrupados para la variable CALIDAD DE SERVICIO, se observa que del 100% de los trabajadores de la FCE, el 23,7% lo califica como bueno, el 65,8% como regular y el 10,5% como malo. Como podemos observar los niveles de calidad de servicio con el nivel de *bueno* son muy pequeños, o sea, que dentro del concepto de calidad se tiene que tener en cuenta la regla general que es la de satisfacer las necesidades y expectativas del usuario y es ello precisamente lo que no lo trabajadores no perciben que se realiza.

4.2 Contrastación de Hipótesis

Para contrastar la hipótesis se utilizará la prueba de Coeficiente de Correlación de Spearman, puesto que los datos obtenidos son cualitativos y no paramétricos.

Hipótesis General

Hipótesis Nula (Ho):

La motivación laboral NO se relaciona NI incide directa y significativamente en la calidad de servicios de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

Hipótesis Alterna (Ha):

La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la calidad de servicios de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

Tabla 13. Contrastación de hipótesis general – Correlaciones

			Motivación (agrupado)	Calidad de Servicio (agrupado)
Rho de Spearman	Motivación (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,309
		Sig. (bilateral)	.	,059
		N	39	38
	Calidad de Servicio (agrupado)	Coeficiente de correlación	,309	1,000
		Sig. (bilateral)	,059	.
		N	38	38

De los resultados obtenidos en la tabla 13, NO se encontró una relación lineal estadísticamente significativa, moderada y directamente proporcional (rho = 0.309, frente al grado de significación estadística de $p < 0.05$, $p = 0.059$), por lo que rechazamos la hipótesis de investigación y aceptamos la hipótesis nula, por tanto: La motivación laboral NO se relaciona NI incide directa y significativamente en la calidad de servicios de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

Hipótesis específica N° 01

Hipótesis Nula (Ho):

La motivación laboral NO se relaciona NI incide directa y significativamente en la calidad de servicios en su dimensión satisfacción laboral de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

Hipótesis Alterna (Ha):

La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la calidad de servicios en su dimensión satisfacción laboral de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

Tabla 14. Contratación de hipótesis –Correlaciones

			Motivación (agrupado)	Satisfacción Laboral (agrupado)
Rho de Spearman	Motivación (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,240
		Sig. (bilateral)	.	,147
		N	39	38
	Satisfacción Laboral (agrupado)	Coeficiente de correlación	,240	1,000
		Sig. (bilateral)	,147	.
		N	38	38

De los resultados obtenidos en la tabla 14, NO se encontró una relación lineal estadísticamente significativa, entre las variables de estudio (rho = 0.240, que es considerado como una correlación baja y con un grado de significación estadística de $p \geq 0.05$, $p= 0.147$), por lo que rechazamos la hipótesis de investigación y aceptamos la hipótesis alterna; por lo que se concluye que: La motivación laboral NO se relaciona NI incide directa y significativamente en la calidad de servicios en su dimensión satisfacción laboral de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

Hipótesis específica N° 02

Hipótesis Nula (Ho):

La motivación laboral NO se relaciona NI incide directa y significativamente en la calidad de servicios de los trabajadores en su dimensión responsabilidad en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

Hipótesis Alterna (Ha):

La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la calidad de servicios de los trabajadores en su dimensión responsabilidad en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

Tabla 15. Contrastación de hipótesis – Correlaciones

			Variable 2 Motivación (agrupado)	Dimensión Responsabilidad (agrupado)
Rho de Spearman	Variable 2 Motivación (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,332*
		Sig. (bilateral)	.	,042
		N	39	38
	Dimensión Responsabilidad (agrupado)	Coeficiente de correlación	,332*	1,000
		Sig. (bilateral)	,042	.
		N	38	38

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

De los resultados obtenidos en la tabla 15, se encontró una correlación de nivel bajo y directamente proporcional (rho = 0.332, frente al grado de significación estadística de p < 0.05, p= 0.042), por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna o de investigación; por lo que se concluye que: La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la calidad de servicios de los trabajadores en su dimensión responsabilidad en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

Hipótesis específica N° 03

Hipótesis Nula (Ho):

La motivación laboral NO se relaciona NI incide directa y significativamente en la calidad de servicios en su dimensión empatía de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

Hipótesis Alterna (Ha):

La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la calidad de servicios en su dimensión empatía de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

Tabla 16. Contrastación de Hipótesis - Correlaciones

			Motivación (agrupado)	Empatía (agrupado)
Rho de Spearman	Variable 2 Motivación (agrupado)	Coeficiente de correlación	1,000	,457**
		Sig. (bilateral)	.	,004
		N	39	38
	Dimensión Empatía (agrupado)	Coeficiente de correlación	,457**	1,000
		Sig. (bilateral)	,004	.
		N	38	38

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

De los resultados obtenidos en la tabla 16, se encontró una correlación de nivel moderado y directamente proporcional (rho = 0.457, frente al grado de significación estadística de p < 0.05, p= 0.004), por lo que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna o de investigación; por lo que se concluye que: La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la calidad de servicios en su dimensión empatía de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.

4.3 Discusión

Considerando que la Gestión del Talento Humano es la actividad que busca cumplir los objetivos de la Institución y para ello se necesita la motivación de cada uno de los trabajadores, en ese sentido será necesario buscar la aplicación de estrategias de motivación para que el personal se encuentre laboralmente satisfecho lo que en su conjunto permitirá mejorar la calidad de servicios que se brinda.

Polo (2008), indica que los factores que afectan a los trabajadores dentro de una organización son subjetivos y particulares para cada empleado y que estos factores están

ligados a las necesidades inherentes de cada persona y afectan significativamente su desempeño. Lo anterior nos permite comprender y encontrarles sentido a los resultados de la contratación de la Hipótesis general que conforme a la tabla N° 13, se tiene en primer lugar un valor del RHO de Spearman de 0.309, el cual indica que la correlación es baja entre las variables de estudio y como este resultado es positivo entonces existe una relación directa, es decir, que a mayor motivación, mayor es la calidad de servicio, pero si ello es así salta de inmediato una pregunta ¿Por qué la correlación es baja?, porque los niveles agrupado de ambas variables en la FCE son también de moderados a bajo, así lo podemos observar en la Tabla 11 en la que se observa la variable motivación tiene la calificación de Regular en un 61.5% y el 20.5% califica como bueno y existe un 17.9% que califica como malo, de igual manera ocurre con la variable Calidad de Servicios cuyo mayor valor es Regular con el 65.4%. En segundo lugar, se tiene el valor de la significación bilateral o P valor el cual es de 0.059; este valor es que a nivel estadístico nos permite aceptar o rechazar la hipótesis de investigación, recordando que aceptamos la hipótesis de investigación cuando el P valor es menor o igual al 0.05; ya que es el nivel de confiabilidad estándar, y la rechazamos cuando esta es mayor igual al 0.05. En este caso existe 0.009 puntos porcentuales que estadísticamente nos alertan sobre la posibilidad de equivocarnos al aceptar nuestra hipótesis de investigación, en tan sentido consideramos la Hipótesis Alterna debe ser rechaza y aceptamos la Hipótesis Nula. Entiéndase bien que al aceptar la hipótesis nula no significa que la investigación no ha sido de utilidad, sino que únicamente indica que no existe suficiente evidencia estadística para aceptar la hipótesis de investigación existiendo otros elementos que influyan en la satisfacción laboral y en la motivación del personal existiendo otros factores (como por ejemplo políticas claras, directivas, procedimientos claros, falta de capacitación, desconocimientos de normas, etc.) que pueden influenciar en la calidad de atención al estudiante; pero que da lugar a generar nuevas investigaciones al respecto.

Además, conforme lo explica Polo (2008) los factores motivaciones son puramente subjetivos y responden de diferente manera a cada persona y como lo afirma Romero y Urdaneta (2009), un manejo inadecuado de las funciones puede poner en riesgo la buena prestación del servicio en la organización teniendo su impacto en la calidad de atención

que se ofrece al estudiantado, o sea, que la motivación no puede ser el único factor (o variable) para una mala calidad en el servicio y que por los resultados estadísticos este es el caso de la FCE.

En cuanto a la primera hipótesis específica se tiene los siguientes resultados el valor de RHO = 0.240, valor que significa una correlación de nivel bajo y positiva; y en cuanto al nivel de significancia P valor tenemos que 0.147; que es mayor que el 5%, por tanto la hipótesis de investigación específica dos, es rechazada por sobrepasar los niveles de confiabilidad; es decir, el P valor indica que existe una probabilidad del 14.7% de equivocarnos si tomamos la hipótesis de investigación como válida. Este resultado indicaría que existen otros factores para que los trabajadores tengan óptimos niveles de satisfacción laboral y que la motivación no sería el principal factor, o sea que podríamos considerar al factor de sueldos y salarios entre otros; recordemos que Maslow propone una teoría según la cual existe una jerarquía de las necesidades humanas y que están indican que existen necesidades desde las más básicas hasta las más superiores en ese sentido podríamos afirmar que la motivación como característica de personas altamente calificadas pertenece al nivel de autorrealización pero para llegar a ello tendríamos que haber satisfecho las necesidades inferiores por lo que llegamos a inferir que los trabajadores de la FCE aún se encuentran carentes de las necesidades básicas como la Seguridad, en el que se encuentra el aspecto económico.

En cuanto a la segunda hipótesis específica se tiene los siguientes resultados el valor de RHO = 0.332, valor que significa una correlación de nivel bajo y positiva; y en cuanto al nivel de significancia P valor tenemos que 0.042; que es menor que el 5%, por tanto, la hipótesis de investigación específica dos es aceptada al 0.042 de confiabilidad y con un valor del Rho del 0.332. Consideremos que la dimensión responsabilidad, es la capacidad que tiene un individuo de cumplir con un deber, la responsabilidad es una obligación, ya sea moral o incluso legal de cumplir con lo que se ha comprometido y este representa un valor importante dentro de las organizaciones ya que cuando alguien cae en la irresponsabilidad, fácilmente podemos dejar de confiar en la persona, y este defecto básicamente tiene su origen en la falta de prioridades correctamente ordenadas, lo anterior significaría que en la FCE este valor es correctamente llevado o con buenos

niveles de aceptabilidad, sin embargo este aspecto nos abre nuevas posibilidades de investigación es decir, en que aspecto se tiene buenos niveles de responsabilidad, el de conocer el puesto y las tareas asignadas, o en el de tener un plan de trabajo, en utilizar los recurso disponibles, en ser puntual y evitar faltar, en tener limpieza, etc. Como vemos este aspecto es muy importante. Por otro lado, sería bueno conocer cuál es el tipo de motivación que hace que los trabajadores sean responsables, tal vez la normativa en recursos humanos, o tal vez en cuanto a los procesos en si del trabajo que pueden estar sujetos a tiempos y plazos. Como vemos Este aspecto resulta bastante interesante y abre las posibilidades múltiples investigaciones.

Respecto a la hipótesis específica número tres, se tienen los siguientes resultados, el valor Rho = 0.457 y el nivel de significación bilateral o P valor = 0.004; lo que significa que aceptamos la hipótesis de investigación al 0.04% que es menor al 5% de nivel de significancia o sea que la probabilidad de equivocarnos es ínfima, por lo que se tiene: La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la calidad de servicios en su dimensión empatía de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016. Consideremos que la empatía es la capacidad de ponerse en los zapatos del otro y de esa manera conocer su sentir, es decir, escuchar y responder al sentir del otro; pero, ¿Por qué es importante en la vida laboral?, porque las organizaciones están formadas por personas y la mayoría de las labores a realizar tienen que ver con relaciones interpersonales. Cuando éstas relaciones son buenas acarrean en un clima laboral sano y los miembros se sienten a gusto de trabajar en la institución.

CONCLUSIONES

Primera:

En relación al objetivo general, es determinar de qué manera se relaciona e incide la motivación laboral en la calidad de servicios de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016, se concluye que: No existe suficiente evidencia estadística como para afirmar la relación directa y significativa entre ambas variables de estudio (Motivación y Satisfacción laboral) y de que más bien deben existir otros factores que determinen propiamente la Satisfacción Laboral en los trabajadores la FCE. El cual se demuestra con la prueba de rho de Spearman (Sig. Bilateral = 0,059≥5%; rho = 0,309)

Segunda:

Respecto al objetivo específico 1: Determinar de qué manera se relaciona e incide la motivación laboral en la calidad de servicios en su dimensión satisfacción laboral de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016, se concluye que: La motivación labora no se relaciona ni incide de manera significativa en la calidad de servicios en su dimensión satisfacción laboral de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016; y que deben existir otros factores adicionales a la motivación para que el trabajador se sienta realmente satisfecho en su trabajo, lo anterior se demuestra con la prueba de rho de Spearman (Sig. Bilateral = 0,147 ≥ 5%; rho = 0,240)

Tercero:

En referencia al objetivo específico 2: Determinar de qué manera se relaciona e incide la motivación laboral en la calidad de servicios en su dimensión responsabilidad de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016, se concluye que: La motivación laboral se relaciona La motivación influye de manera significativa en el desempeño laboral de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016. El cual se demuestra con la prueba de rho de Spearman (Sig. Bilateral = 0,001 < 0,005; rho = 0,319)

Cuarto:

Respecto al tercer objetivo específico: Determinar de qué manera se relaciona e incide la motivación laboral en la calidad de servicios en su dimensión empatía de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016, se concluye que: se acepta la hipótesis de investigación Demostrado con la aplicación del Rho de Spearman (Sig. Bilateral = 0,004 ≤ 5%; rho = ,457**).

RECOMENDACIONES

Primera:

Conforme a los resultados estadísticos de la hipótesis general se tiene que las variables de estudio no tienen una relación directa estadísticamente demostrado, por tanto, se sugiere invertir en la evaluación individualizada de cada uno de los trabajadores a fin de conocerlos intrínsecamente y tratar de comprender sus motores internos como seres humanos, el cual es finalmente el que se traduce en la calidad de atención.

Segunda:

De la mano con el estudio descrito en líneas arriba se propone invertir en capacitaciones de fortalecimiento de capacidades o desarrollo de capacidades para el personal de la FCE; a fin de lograr en parte la satisfacción laboral.

Tercera:

Se recomienda fortalecer el sentido de responsabilidad de los trabajadores de la FCE estableciéndolo como una política de trabajo, es decir, aprovechar las virtudes del grupo para lograr los objetivos planteados y no solo quedarse en las debilidades o falencias.

Cuarta:

Se recomienda, el desarrollo de un taller vivencial en el que pueda fortalecer el aspecto de la empatía de los trabajadores como una virtud institucional

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

Abraham M., Contreras J. y Montoya S. (2009). Enseñanza e investigación en psicología, México vol 14.ed. red de revistas científicas de américa latina.

Ascencio, R. (2011). Comportamiento organizacional. Tamaulipas

Bernal G. César Augusto, (1988) Metodología de la Investigación Científica. Editorial México Segunda Edición.

Brunet, luc. (1997) el clima de trabajo en organizaciones. Definición diagnóstico y con secuencias. México. Ed. Trillas.

Caballero, A. (2003). Factores que influyen como motivantes para un buen desempeño laboral en los docentes e una escuela del nivel medio superior.

Caballero, K. (2002). Satisfacción en el trabajo. Canadá

Callomamani (2013), realizo un estudio denominado. La supervisión pedagógica y el desempeño laboral de los docentes de la Institución Educativa 7035 de San Juan de Miraflores.

Cavalcante J. (2004). Satisfacción de los trabajadores de los directivos de las escuelas secundarias públicas. Bahía. Brasil

Convenio 081 OIT, (1947). Convenio Internacional del Trabajo. Editorial Convenio Internacional del Trabajo.

Chiavenato I. (2002). Gestión del talento humano. Colombia: Ed. Gestión..

Cristobal, J. (2006) manual de indicadores de desempeño en el sector público. República Dominicana

Flores J. (1992) El Comportamiento Humano en las Organizaciones. Lima: Universidad del

Gonzales, Oceda, Ramirez, y Gave (2014) ¿Cómo aprender y enseñar Investigación científica? Edic. Soluciones gráficas SAC.

Garavito C. (2007), responsabilidad social empresarial y mercado de trabajo. http://www*. pucp.edu.pe/economia/pdf/DDD258.pdf.*

Hernández Sampieri. (2010). Roberto, Metodologìa de la Investigación 5da. Edición. McGraw-Hill. México, D.F.

Lovelock C. Y Wirtz J. (2009). Marketing de servicios personal, tecnología y estrategia. México (Sexta edición):Ed. Asociate Director, Munufacturing:vinnie scelta

Maletta H. (2010). Epistemología aplicada: metodología y técnica de la producción científica. Peru ed. Armando Bustamante pettt.

Prieto M. (2011). Empatía, asertividad y comunicación.

Quichca G. (2012) Universidad Nacional Mayor de San Marcos; presentó la tesis titulado "Relación entre la calidad de gestión administrativa y el desempeño docente según los estudiantes del I al VI ciclo 2010 - I del Instituto Superior particular "La Pontificia" del distrito Carmen Alto- Huamanga Ayacucho"

Rodríguez J. y Valencia(2006) introducción a la administración con enfoque de sistema

Romero. Y Urdaneta. (2009), realizo un estudio denominado. Desempeño Laboral y

Velasco E., Bautista H., Sánchez F. y Cruz L. (s/f) *la motivación como factor que influye en el desempeño laboral del área docente el instituto tecnológico superior de tantoyuca.*

Vela Rafael y Zavaleta Lisdey (2014) Universidad Privada Antenor Orrego: presentaron la tesis titulada "Influencia de la calidad del servicio al cliente en el nivel de ventas de tiendas de cadenas claro tottus - mall, de la ciudad de Trujillo 2014".

Uceda, I. (2013) Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo**;** presentó la tesis titulado "Influencia entre el nivel de satisfacción laboral y el nivel de satisfacción del cliente externo en las pollerías del distrito de La Victoria en la ciudad de Chiclayo"

ANEXOS

ANEXO N° 01

MATRIZ DE CONSISTENCIA

"MOTIVACIÓN LABORAL Y LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAVELICA 2016"

PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGÍA
Problema General ¿De que manera se relaciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016? **Problemas Específicos** **a)** ¿De que manera se relaciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios en su dimensión satisfacción laboral de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016?	**Objetivo General** Determinar de que manera se relaciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016. **Objetivos Específicos** a) Determinar de que manera se relaciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios en su dimensión satisfacción laboral de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016. **b)** Determinar de que manera se relaciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios en su dimensión	**Hipótesis General** La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la calidad de servicios de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016. **Hipótesis Específicos** a) La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la caliad de servicios en su dimensión satisfacción laboral de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016. b) La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la caliad de servicios de los trabajadores en su dimensión	**Variable 1 (x):** **Motivación Laboral.** Mc Clelland (1961), citado por Nieto y Carrero (2007, p. 208-209) **Variable 2 (y):** **Calidad de Servicios** Abadi (2004, pp.4 - 5)	**X1: Logro** **X2: Poder** **X3: Afiliación** **Y_1: Elemento tangible** **Y_2: Confianza** **Y_3: Satisfacción laboral** **Y_4: Responsabilidad** **Y_5: Empatía**	- Conducta - Logro de Materiales - Satisfacción - Línea de mando - Actividades delegadas - Actividades realizadas - Participación de grupos - Relaciones interpersonales - Nivel afectivo - Recursos materiales - Entorno laboral - Honestidad - Seguridad - Puesto de trabajo - Organización - Valores - Empeño	**AMBITO DE ESTUDIO** **Facultad de Ciencias Empresariales.- UNH.** **TIPO:** Aplicada. **NIVEL:** Descriptivo-Correlacional **MÉTODOS:** **Método General** Científico **Método Específico** Analítico Descriptivo **DISEÑO:** No experimental de tipo transversal – Correlacional. **O_1** **M** **r** **O_2** Donde: M = Muestra O_1 = Variable 1

b) ¿De que manera se relaciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios en su dimensión responsabilidad de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016? **c)** ¿De que manera se relaciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios en su dimensión empatía de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016?	responsabilidad de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016. **c)** Determinar de que manera se relaciona e incide la motivación laboral en la caliad de servicios en su dimensión empatía de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.	responsabilidad en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016. **c)** La motivación laboral se relaciona e incide directa y significativamente en la caliad de servicios en su dimensión empatía de los trabajadores en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica en el periodo 2016.			- Solidaridad - Proactivo	O_2 = Variable 2 r = Relación de variables. **POBLACIÓN:** 39 Trabajadores de la Facultad de Ciencias Empresariales -UNH, 2016. **MUESTRA:** Será de tipo censal, será igual a la población. **MUESTREO:** No probabilístico de tipo intencional. **TÉCNICAS:** Encuestas Entrevistas **INSTRUMENTOS:** Fichas, Cuestionario de encuestas Guía de entrevista

Bach: RAMOS CAUCHOS, Nelson Roger - SALAZAR LUME, Maycol Wiki.

V1_D1_Logro_esfuerzo	V1_D1_Logro_divierto	V1_D1_Logro_motivado	V1_D1_logro_orgull	V1_D1_logro_seguridad	V1_D1_Logro_criticas	V1_D1_Logro_proba rme	V1_D2_Poder_aprobac	V1_D2_Poder_mal	V1_D2_Poder_esfuerz	V1_D2_Poder_arriesgo	V1_D2_Poder_emocion	V1_D2_Poder_nose	V1_D2_poder_compensa	V1_D3_Afilia_esfuerzo	V1_D3_Afiliac_significc	V1_D3_Afiliac_vergu en	V1_D3_Afiliac_malgastn	V1_D3_Afiliac_respetar	V2_D1_tangi_recursos	V2_D1_tangi_ambien	V2_D2_confi_honesti	V2_D2_confi_seguro	V2_D3_satisla bor_conta	V2_D3_satisla bor_equi	V2_D3_satisla bor_carrer	V2_D4_Respon_buena	V2_D4_Respon_valores	V2_D4_Respon_animo	V2_D5_Empati_frecuen	V2_D5_Empati_Cultur	V1_LOGRO	V1_LOGRO1	V1_Poder	V1_Poder1	V1_afi	V1_AFILIACION	v2_tan	v2_tangible	v2_confi	v2_confianza	v2_satis	v2_satisfaccion	v2_res	v2_responsa	v2_empa	v2_empatia	moti	Motivación	cali	Calidad
2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	3	2	3	15	2	18	2	13	1	4	1	3	1	7	2	8	2	5	2	48	2	27	2
1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	8	1	9	1	7	1	2	1	3	1	4	1	5	1	2	1	27	1	16	1
3	2	4	3	2	2	3	4	5	5	2	3	4	3	2	3	4	4	4	3	2	3	4	4	3	2	3	4	2	4	3	16	2	26	2	19	2	5	2	7	3	9	2	9	2	7	3	62	2	37	3
2	1	2	2	1	4	5	4	4	5	4	2	5	4	4	4	5	4	4	1	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	12	2	28	2	21	2	3	1	5	2	8	2	8	2	6	3	66	3	30	2
2	2	2	1	2	5	2	4	5	5	4	3	4	4	4	2	2	5	5	4	1	2	3	2	3	2	4	2	2	4	2	14	2	29	3	19	2	5	2	5	2	7	2	8	2	6	3	63	2	31	2
3	4	4	2	2	3	2	4	4	4	2	3	3	5	4	4	5	4	5	1	2	1	3	3	3	3	3	2	3	2	3	18	3	25	2	22	3	3	1	4	2	9	2	8	2	5	2	67	3	29	2
4	3	3	1	2	3	2	4	4	5	5	2	3	3	5	3	4	4	4	1	2	3	2	2	4	3	4	3	4	4	2	16	2	26	2	19	2	3	1	5	2	9	2	11	3	6	3	64	2	34	3
3	4	3	2	2	3	4	3	4	5	2	4	4	5	3	4	5	5	4	1	2	1	2	3	1	2	3	4	3	2	4	17	2	27	2	23	3	3	1	3	1	6	2	10	3	6	3	69	3	28	2
4	4	2	2	2	3	4	4	3	4	2	4	5	5	3	3	5	4	4	1	1	2	1	3	4	3	3	4	3	4	3	17	2	27	2	20	2	2	1	3	1	10	3	10	3	7	3	67	3	32	2
2	4	2	5	3	4	4	4	5	2	2	2	5	3	4	3	3	4	5	1	2	1	2	1	3	1	3	1	2	1	3	20	3	23	2	19	2	3	1	3	1	5	1	6	1	4	2	66	3	21	1
3	3	2	2	2	5	4	5	4	5	3	2	5	5	2	2	5	5	5	3	2	4	4	2	4	2	4	2	4	2	4	17	2	29	3	22	3	5	2	8	3	8	2	10	3	6	3	69	3	37	3
3	5	2	2	2	4	2	4	4	5	2	2	5	2	2	3	4	5	5	1	2	2	3	2	1	2	1	2	1	2	1	18	3	24	2	22	3	3	1	5	2	5	1	4	1	3	1	63	2	20	1
1	2	2	3	3	4	1	2	3	4	3	3	5	4	2	2	3	5	5	5	3	2	2	2	2	2	4	2	3	1	2	15	2	24	2	20	2	8	3	4	2	6	2	9	2	3	1	57	2	30	2
1	1	1	1	2	3	1	3	2	4	4	2	4	3	2	2	3	2	4	4	3	3	1	2	2	2	3	2	2	3	2	2	9	1	22	2	13	1	6	2	3	1	7	2	7	2	4	2	45	2	27	2
2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	4	2	2	4	4	4	4	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	15	2	19	2	18	2	6	2	4	2	8	2	7	2	5	2	52	2	30	2
2	2	1	1	1	5	2	4	2	5	2	2	5	3	1	2	4	4	4	2	2	1	2	2	2	2	2	1	4	2	2	12	2	23	2	18	2	4	1	3	1	6	2	7	2	4	2	52	2	24	2
1	1	1	1	2	3	2	3	2	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	2	4	1	1	3	5	5	3	1	2	2	3	9	1	24	2	19	2	6	2	2	1	13	3	6	1	5	2	52	2	32	2
2	5	2	2	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	2	2	3	3	4	4	2	2	2	1	1	4	2	4	1	2	19	3	24	2	13	1	8	3	4	2	4	1	10	3	3	1	60	2	29	2
1	2	1	2	3	2	3	2	3	1	4	3	1	2	3	4	5	5	5	5	4	2	1	3	2	1	2	3	2	4	3	11	1	16	1	24	3	9	3	3	1	6	2	7	2	7	3	52	2	32	2
2	2	1	2	2	3	2	3	2	4	3	2	4	4	2	2	2	4	4	2	2	2	1	2	2	3	3	1	4	1	1	12	2	22	2	16	2	4	1	3	1	7	2	8	2	2	1	50	2	24	2
1	2	2	2	2	3	2	3	2	4	3	2	4	4	3	4	4	2	4	3	4	1	1	2	1	2	3	1	3	2	2	12	2	22	2	16	2	7	3	2	1	5	1	7	2	4	2	53	2	25	2
3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	15	2	16	1	13	1	5	2	4	2	7	2	8	2	4	2	46	2	28	2
4	3	2	5	2	4	3	4	3	2	2	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	20	3	21	2	17	2	8	3	9	3	14	3	13	3	8	3	60	2	52	3
1	1	1	1	1	2	2	2	3	2	3	2	1	1	1	1	2	1	1	3	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	7	1	14	1	6	1	5	2	2	1	5	1	4	1	3	1	29	1	19	1
1	1	2	2	1	1	3	3	1	5	3	2	4	3	1	1	1	5	4	3	4	1	1	1	1	5	3	2	4	2	2	8	1	21	2	16	2	7	3	2	1	7	2	9	2	4	2	44	1	29	2
1	1	1	2	2	5	2	4	2	4	3	2	5	5	2	2	3	5	5	2	4	2	4	2	1	2	2	2	5	2	3	12	2	25	2	20	2	6	2	6	3	5	1	9	2	5	2	56	2	31	2
2	1	2	1	4	5	2	2	2	5	5	2	5	3	3	5	5	5	5	4	1	1	1	3	2	1	2	1	3	1	3	15	2	24	2	25	3	5	2	2	1	6	2	6	1	4	2	64	2	23	1
2	3	2	3	4	4	2	2	3	3	4	3	44	4	2	2	3	4	4	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	18	3	63	3	17	2	6	2	4	2	7	2	7	2	4	2	98	3	28	2
1	2	2	1	1	2	1	3	1	4	2	1	4	3	2	1	1	3	1	4	1	1	2	3	2	4	3	2	2	2	1	9	1	18	2	9	1	5	2	3	1	9	2	7	2	3	1	36	1	27	2
2	2	3	3	4	4	2	4	2	3	3	3	3	4	2	2	4	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	18	3	22	2	15	2	6	2	4	2	7	2	7	2	3	1	56	2	27	2
2	3	2	2	4	4	2	3	3	3	3	2	4	3	4	4	4	3	4	3	4	2	2	2	1	3	2	1	1	1	1	17	2	21	2	18	2	7	3	4	2	6	2	4	1	2	1	59	2	23	1
1	1	2	1	1	3	2	3	1	5	3	1	5	3	1	2	2	4	3	3	2	1	2	1	1	1	2	2	3	2	2	9	1	21	2	15	2	5	2	3	1	3	1	7	2	4	2	44	1	22	1
4	3	4	5	4	4	4	4	3	1	2	2	4	3	1	2	2	4	2	2	4	2	2	2	3	1	2	2	4	2	3	24	3	19	2	14	2	6	2	4	2	6	2	8	2	5	2	58	2	29	2
2	3	3	3	4	2	2	2	3	4	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	17	2	23	2	18	2	6	2	4	2	4	1	5	1	3	1	59	2	22	1
1	2	2	1	2	2	1	3	3	3	2	1	2	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	10	1	16	1	9	1	4	1	5	2	7	2	7	2	4	2	38	1	27	2
1	2	2	1	2	3	2	2	4	3	3	3	2	2	3	3	5	5	4	1	2	3	2	1	2	3	4	4	3	2	1	11	1	19	2	22	3	3	1	5	2	6	2	11	3	3	1	52	2	28	2
1	1	1	2	3	3	3	3	1	1	1	3	3	4	4	5	4	4	4	1	3	2	2	2	3	3	3	2	2	1	2	11	1	16	1	21	2	4	1	4	2	8	2	7	2	3	1	51	2	26	2
1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1													8	1	11	1	6	1												26	1		
1	2	1	1	2	4	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	11	1	10	1	7	1	3	1	3	1	6	2	4	1	3	1	29	1	19	1

OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES E INDICADORES

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERATIVA	
		DIMENSIONES	INDICADORES
VARIABLE 1 **(X)** Motivación Laboral McClelland (1961), citado por Nieto y Carrero (2007, p. 208-209)	La motivación laboral es la satisfacción de las necesidades sociales de logro (éxito en las tareas que implica evaluación del rendimiento), poder (dominio y control del comportamiento de otros) y afiliación (establecimiento de relaciones interpersonales cercanas). McClelland (1961), citado por Nieto y Carrero (2007, p. 208-209)	X_1: Logro	- Conducta - Logro de Materiales - Satisfacción
		X_2: Poder	- Línea de mando - Actividades delegadas - Actividades realizadas
		X_3: Afiliación	- Participación de grupos - Relaciones interpersonales - Nivel afectivo
VARIABLE 2 **(Y)** Calidad de servicios Abadi (2004)	La calidad de servicio es un conjunto de elementos tangibles, satisfacción laboral, confianza, responsabilidad y empatía, que perciben los usuarios y/o clientes de las entidades públicas y privadas del de la Región de Huancavelica, en concordancia con el nivel de satisfacción que obtienen de todas sus expectativas. Abadi (2004, pp.4 - 5)	Y_1: Elemento tangible	- Recursos materiales - Entorno laboral
		Y_2: Confianza	- Honestidad - Seguridad
		Y_3: Satisfacción laboral	- Puesto de trabajo - Organización
		Y_4: Responsabilidad	- Valores - Empeño
		Y_5: Empatía	- Solidaridad - Proactivo

UNIVERSIDAD NACIONAL DE HUANCAVELICA
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO DE ENCUESTA

INSTRUCCIONES: Estimado trabajador a continuación se le presenta una serie de ítems referentes a la Motivación Laboral y Calidad de Servicio en la Facultad de Ciencias Empresariales de la Universidad Nacional de Huancavelica 2016; los mismos que deberá responder con ***sinceridad***, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) aquella proposición que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

1=Totalmente de Acuerdo	2= De acuerdo	3=Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4= En desacuerdo	5= Totalmente en desacuerdo

PARTE I: MOTIVACIÓN LABORAL

Nº	ÍTEMS	1	2	3	4	5
01	Porque el poner esfuerzo en este trabajo va con mis valores personales.					
02	Porque me divierto haciendo mi trabajo.					
03	Me siento motivado y con ganas de realizar mi trabajo.					
04	Porque me hace sentir orgulloso de mí mismo.					
05	Porque otras personas me van a ofrecer más seguridad en el trabajo sólo si pongo el suficiente esfuerzo.					
06	Para evitar que otras personas me critiquen (por ejemplo, mis superiores, los compañeros de trabajo, la familia, los clientes, etc.).					
07	Porque tengo que probarme a mí mismo que yo puedo hacerlo					
08	Para obtener la aprobación de otras personas (por ejemplo, mis superiores, los compañeros de trabajo, la familia, los clientes, etc.).					
09	Porque si no me sentiría mal respecto a mí mismo.					
10	Me esfuerzo poco, porque no creo que valga la pena esforzarse en este trabajo.					
11	Porque me arriesgo a perder mi trabajo si no pongo el suficiente esfuerzo.					
12	Porque lo que hago en mi trabajo es emocionante.					
13	No sé por qué hago este trabajo, puesto que no le encuentro sentido.					
14	Porque otras personas me van a compensar financieramente, sólo si pongo el suficiente esfuerzo en mi trabajo.					
15	Porque yo personalmente considero que es importante poner esfuerzo en este trabajo					
16	Porque el poner esfuerzo en este trabajo tiene un significado personal para mí					

17	Porque si no sentiría vergüenza de mí mismo.					
18	No me esfuerzo, porque siento que estoy malgastando mi tiempo en el trabajo.					
19	Porque otras personas me van a respetar más (por ejemplo, mis superiores, los compañeros de trabajo, la familia, los clientes, etc.).					

PARTE II: CALIDAD DE SERVICIO

1=Totalmente de Acuerdo	2= De acuerdo	3=Ni en acuerdo ni en desacuerdo	4= En desacuerdo	5= Totalmente en desacuerdo

Nº	**ÍTEMS**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
01	Los recursos materiales solicitados, llegan oportunamente.					
02	Mi ambiente de trabajo presenta adecuadas condiciones de iluminación y climatización.					
03	La honestidad es importante en su centro de trabajo.					
04	Casi siempre me siento seguro de mí mismo.					
05	Suelo contar con el apoyo de mi equipo y mis compañeros de trabajo.					
06	Suelo trabajar en equipo.					
07	Actualmente ejerzo la carrera profesional que ostento.					
08	La organización es buena en su institución.					
09	Siempre practico los valores morales ante la sociedad.					
10	Mi estado de ánimo es muy cansado porque existe mucha carga laboral.					
11	Con frecuencia practico la solidaridad con los demás compañeros de labor.					
12	Participa en las actividades culturales, deportivas, etc., que organiza su institución.					

¡Muchas gracias por su colaboración!

IMAGEN N 01. Encuesta realizada en la Escuela Profesional de Administracion de la Facultad de Ciencias Empresariales.

IMAGEN N 02

Encuesta realizada al personal administrativo en la decanatura de la facultad de ciencias empresariales.

IMAGEN N 03

Encuesta realizada al personal administrativo de la Direccion de extension y Proyeccion social.

IMAGEN N 04

Encuesta realizada al personal administrativo de la Direccion de extension y Proyeccion social.

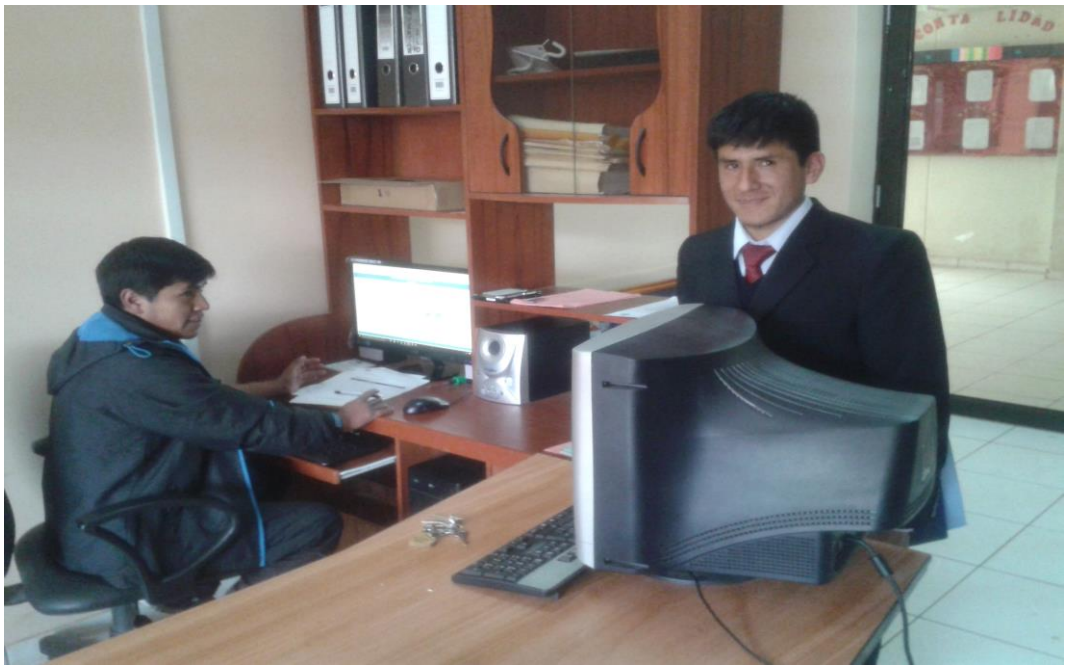


IMAGEN N 05

Encuesta realizada al personal administrativo de la Direccion de Escuela Profesional de contabilidad

IMAGEN N 06

Encuesta realizada al personal administrativo de la Direccion de la Unidad de Investigacion