



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO
FACULTAD CIENCIAS COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN GESTIÓN
EMPRESARIAL**

**PROPUESTA PRÁCTICA DEL EXAMEN DE GRADO O DE FIN DE
CARRERA (DE CARÁCTER COMPLEXIVO)
INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL**

**TEMA: LA MOTIVACIÓN LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA
CALIDAD DEL SERVICIO EN EL SECTOR MICROEMPRESARIAL**

Autor: Carolina Estefanía Salazar Ramos

Acompañante: Ing. Campuzano Rodríguez María Auxiliadora MSc.

Milagro, Noviembre 2018

ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, **SALAZAR RAMOS CAROLINA ESTEFANÍA** en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales de la propuesta práctica de la alternativa de Titulación – Examen Complexivo: Investigación Documental, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor de la propuesta practica realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **“LA MOTIVACIÓN LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL SECTOR MICROEMPRESARIAL”** de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de esta propuesta practica en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, a los 20 días del mes de Noviembre de 2018



Firma del Estudiante

Carolina Estefanía Salazar Ramos

CI: 0928066000

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, **CAMPUZANO RODRÍGUEZ MARÍA AUXILIADORA** en mi calidad de tutor de la Investigación Documental como Propuesta práctica del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo), elaborado por el estudiante **SALAZAR RAMOS CAROLINA ESTEFANIA**, cuyo tema de trabajo de Titulación es “**LA MOTIVACIÓN LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL SECTOR MICROEMPRESARIAL**”, que aporta a la Línea de Investigación **GESTIÓN DE EMPRESAS** previo a la obtención del Grado **LICENCIADA EN GESTIÓN EMPRESARIAL** ; trabajo de titulación que consiste en una propuesta innovadora que contiene, como mínimo, una investigación exploratoria y diagnóstica, base conceptual, conclusiones y fuentes de consulta, considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo **APRUEBO**, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso de titulación de la alternativa de del Examen de grado o de fin de carrera (de carácter complejo) de la Universidad Estatal de Milagro.

En la ciudad de Milagro, a los 20 días del mes de Noviembre de 2018.



María Auxiliadora Campuzano Rodríguez

María Auxiliadora Campuzano Rodríguez
Tutor
C.I.: 0914180070

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

CAMPUZANO RODRIGUEZ MARIA AUXILIADORA

TENORIO ALMACHE JOSE LUIS

ROMERO CARDENAS ERIKA JADIRA

Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta práctica, previo a la obtención del título (o grado académico) de **LICENCIADA EN GESTIÓN EMPRESARIAL** presentado por la señorita **SALAZAR RAMOS CAROLINA ESTEFANÍA**.

Con el tema de trabajo de Titulación: **“LA MOTIVACIÓN LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL SECTOR MICROEMPRESARIAL”**




Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones:

Investigación documental	[80]
Defensa oral	[15]
Total	[95]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) APROBADO

Fecha: 20 de Noviembre de 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos	Firma
Presidente	CAMPUZANO RODRIGUEZ MARIA AUXILIADORA	
Secretario /a	TENORIO ALMACHE JOSE LUIS	
Integrante	ROMERO CARDENAS ERIKA JADIRA	

DEDICATORIA

El presente trabajo lo dedico a mis padres ANGEL SALAZAR y MARICELA RAMOS quienes a lo largo de mi carrera se esforzaron en darme lo mejor y su apoyo incondicional con amor y responsabilidad, son ellos quienes han hecho posible esta tan anhelada meta. También está dirigido mi esposo FREIDER BAREN y a mis hijas ASHLY y YESLI que a su corta edad me motivaron a luchar por alcanzar mis objetivos. Así también a mis hermanas YAJAIRA y SINDY.

AGRADECIMIENTO

Le doy gracias a DIOS en primer lugar quien me dio la vida, las fuerzas, sabiduría e inteligencia y permitió que tenga padres ejemplares a quienes les agradezco inmensamente el estar siempre conmigo en buenos y malos momentos siempre impartíendome sus sabios consejos para salir adelante, agradezco también a mi esposo, mis hijas hermanas y maestros.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE GRAFICO	viii
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
INTRODUCCIÓN.....	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	4
MARCO TEÓRICO	7
METODOLOGÍA	25
DESARROLLO DEL TEMA.....	26
CONCLUSIONES.....	31

ÍNDICE DE GRAFICO

GRAFICO CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE.....	29
--	----

TEMA: LA MOTIVACIÓN LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL SECTOR MICROEMPRESARIAL

RESUMEN

Las microempresas a diario buscan ser más competitivas en el mercado laboral es por esta razón que la presente investigación se basa en hacer un análisis en una de las áreas que se considera importante para el desarrollo y crecimiento de la empresa, recurriendo a fuentes secundarias se busca determinar cómo la motivación laboral influye en la calidad del servicio que brinda cada empleado y el efecto que causa en las organizaciones la falencia de esta herramienta que es relevante en la satisfacción del cliente. Si bien es cierto, las microempresas buscan cumplir con las exigencias y necesidades que presenta el individuo puesto a que es la razón por la cual existen, situación que deja a un lado la importancia que tiene el empleado dentro de la organización olvidando que cada uno tiene sus funciones, tareas, obligaciones y responsabilidades que aportan de una u otra manera beneficios a la misma, motivo por el cual es necesario mantener motivado al personal de la empresa reconociendo que la rutina, el estrés, entre otros afectan de manera negativa en su desempeño.

PALABRAS CLAVE: Motivación Laboral, Calidad, Servicio, Atención Al Cliente, Microempresas

ABSTRACT

Every day microenterprises seek to be more competitive in the labor market, for this reason, the present research is based on making an analysis in one of the areas considered important for the development and growth of the company, using secondary sources. determine how work motivation influences the quality of service provided by each employee and the effect that causes in organizations the failure of this tool that is relevant to customer satisfaction. While it is true, microenterprises seek to meet the demands and needs presented by the individual since it is the reason why they exist, a situation that leaves aside the importance that the employee has within the organization, forgetting that each one has its functions, tasks, obligations and responsibilities that contribute in one way or another to its benefits, which is why it is necessary to keep the company's staff motivated, recognizing that routine, stress, among others, negatively affect their performance .

KEY WORDS: Work Motivation, Quality, Service and Customer Service, microenterprises.

INTRODUCCIÓN

Tomando en consideración las diversas experiencias vividas en cuanto a la atención que he recibido como cliente en diferentes empresas, es notorio percibir que una gran parte de estas organizaciones no cuentan con personal comprometido en servir y atender de manera excepcional al usuario, motivo por el cual decidí realizar esta investigación documental bajo el tema de la motivación factor que considero relevante en el desempeño laboral.

El objetivo de esta investigación es determinar cómo influye la motivación laboral en la calidad del servicio en el sector microempresarial mediante la investigación documental para conocer estrategias que ayuden a mejorar el desempeño de los empleadores y la satisfacción del consumidor.

Esta investigación consta de cinco capítulos en el cual el primero detalla el planteamiento del problema donde se expresa cómo la falta de motivación al personal afecta a la empresa, seguido por el objetivo general y los objetivos específicos los cuales mediante se desarrolla la investigación serán alcanzados, luego está la justificación donde se da a conocer la finalidad de la investigación. En el segundo capítulo se encuentra el marco teórico conceptual donde se da a conocer las teorías, métodos y conceptos de temas que son importantes para el desarrollo de la investigación. El tercer capítulo corresponde a la metodología la cual hace referencia al uso de fuentes bibliográficas, investigación documental, investigación cualitativa y cuantitativa, que facilita la obtención de bases teóricas que validen la investigación. En el capítulo cuatro se encuentra el desarrollo del tema el cual se basa en estudios realizados por diferentes autores que permiten analizar datos e información relevantes. y por último en el capítulo cinco se mencionan las conclusiones en base al estudio realizado y las referencias bibliográficas contiene las fuentes de donde se tomó la información para desarrollar la investigación.

CAPÍTULO 1

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Uno de los problemas más comunes que se presentan en las diferentes empresas es el mal servicio y atención que se brinda al cliente, debido a que en su mayoría tienen como objetivo principal el volumen de ventas, margen de ganancia, calidad del producto, etiquetas, lugar que ocupará en el mercado, etc., dejando a un lado un factor muy importante como es el recurso humano, siendo éste el más importante puesto que son quienes tienen contacto directo con el cliente. Lamentablemente no todas las organizaciones cuentan con un personal altamente capacitado que pueda orientar de manera correcta a quienes tienen la dura responsabilidad de atender al usuario, quienes forman parte fundamental de la empresa.

Prácticamente cada persona tiene una historia que contar acerca de la atención que ha recibido por parte de un cajero, vendedor, guardia de seguridad, doctor, enfermera, etc., acompañado de un ambiente incomodo tales como largas filas, espacios reducidos, lentitud de servicio y en algunas ocasiones después de tanta espera resulta que el producto o servicio adquirido es de pésima calidad, es decir un verdadero desastre, pero se ha preguntado alguna vez el ¿por qué? de esta situación tan incómoda, es probable que muchos se expresen con la frase “acaso no le pagan por su trabajo”. Si bien es cierto cada funcionario recibe su sueldo, aunque esto no lo es todo, existen otros factores que son relevantes en el ámbito laboral tales como un ambiente agradable, herramientas adecuadas, entre otros.

Se puede decir que en muchas empresas hace falta motivación laboral factor esencial en el desempeño de los empleados quienes al no tener una razón que los impulse, genera en ellos un conformismo causa por la que solo se limitan a hacer su trabajo y no existe gran motivo de hacer algo diferente o esforzarse en servir con eficiencia, ocasionando un efecto negativo tanto en el empleado como en la organización situación que se debe considerar debido a que los usuarios perciben ciertas actitudes que desfavorecen en la satisfacción del mismo, siendo este de vital importancia para la empresa tomando en cuenta que detrás de

cada cliente hay un sinnúmero de posibles consumidores que podrían buscar o huir de dicha empresa por el servicio recibido.

Objetivo General

Determinar cómo la motivación laboral influye en la calidad del servicio en el sector microempresarial mediante la investigación documentada para conocer estrategias que ayuden a mejorar el desempeño de los empleados y la satisfacción del consumidor.

Objetivos Específicos

- ✓ Analizar cómo la atención al cliente influye en la calidad del servicio del sector microempresarial.
- ✓ Determinar la importancia de la motivación laboral en los trabajadores que se encuentran inmersos en el sector microempresarial.
- ✓ Identificar de qué manera los diferentes métodos de incentivos inciden en la calidad del servicio en el sector empresarial.

JUSTIFICACIÓN

En el mundo empresarial es importante mencionar que el éxito radica en saber satisfacer oportunamente las necesidades gustos y preferencias de los clientes parte esencial en el crecimiento y desarrollo de las empresas, por lo tanto hay que considerar el comportamiento y factores que influyen en el consumidor al momento de decidir si comprar o no, puesto a que se conoce que el producto o servicio a adquirirse tiene las mismas características y cumple con las necesidades de cada individuo pese a encontrarse en diferentes lugares. Razón por la cual el factor verdaderamente diferenciador al momento de adquirir algo es la atención que se recibe por parte del empleado, es decir que resulta de gran beneficio que todos en la organización tengan conocimientos en cómo brindar un servicio de calidad.

Si bien es cierto la calidad del servicio y atención que se brinda al cliente es esencial para el crecimiento de las empresas. Sin embargo, es relevante mencionar que los empleados también forman parte fundamental en el desarrollo de la empresa, tomando en consideración que son la clave de la productividad, por lo tanto, se puede mencionar que ambas partes son sustanciales para la organización y conservar relación entre sí lo que implica a los empresarios a pelear no solo por los clientes sino también por sus empleados. La motivación laboral es una herramienta que permite al trabajador desarrollar nuevas capacidades abriendo puertas a diversas oportunidades y mejoras en su desempeño laboral teniendo como resultado progreso para la empresa, el equipo de trabajo, el departamento donde se desempeña transformando el ambiente laboral y perfeccionando la satisfacción en el cliente, es decir, brindando un servicio excepcional.

La calidad es un factor estratégico relevante en el camino hacia el cambio de una cultura organizacional que busca la excelencia de todas sus actividades, implicando la satisfacción del cliente, cumplimiento de necesidades específicas, satisfacción mutua, buen estado de productos y servicios entre otros.

La finalidad de esta investigación es asistir de manera idónea a aquellas empresas que han dejado de preocuparse en la motivación laboral factor de gran importancia aclarando que la misma no es solamente un incentivo económico, hay pequeños detalles que animan al empleado a ser más productivo destacándose con eficiencia y como consecuencia se producirá mayor satisfacción al cliente, ya que un empleado motivado de una u otra manera transmite de manera positiva esta actitud siendo de considerable aportación en primera instancia a la empresa porque tendrá más clientes y alcanzara los objetivos deseados en equipo, al consumidor porque se sentirá más que complacido por el servicio recibido y para el empleado porque se sentirá autor realizado.

CAPÍTULO 2

MARCO TEÓRICO

Según (Julio López 2005)

Es importante conocer las causas que estimulan la acción humana, ya que, mediante el manejo de la motivación, entre otros aspectos, los administradores pueden operar estos elementos a fin de que su organización funcione adecuadamente y los miembros se sientan más satisfechos” (pag.26)

El clima laboral

“El clima laboral es el entorno en el cual se desenvuelven las personas. Está estrechamente ligado con la motivación de los empleados, si la motivación es alta entonces el clima laboral será un entorno favorable para el desempeño” (pág.10).

Motivación

Para (Castillo, 2012).

La palabra motivación viene del latín motus que significa movimiento, lo que mueve. De ello puede afirmarse que la motivación es una razón que mueve para realizar algo. A lo largo de la historia la motivación ha sido un campo de la psicología en constante estudio. Sin embargo, esto no quiere decir que la investigación en este ámbito haya concluido, ya que aún quedan muchas incógnitas por resolver acerca de este tema debido a su complejidad intrínseca. Como consecuencia de ello han sido muchos los autores que han proporcionado una definición de la motivación. (pág.13).

La motivación según autores citado por: (Salazar y Gutiérrez, 2016, p.9)

La teoría de las necesidades según Maslow (1954) indica que:

Las personas tendrán motivos para satisfacer cualquiera de las necesidades que les resulten más predominantes o poderosas en un momento dado. Es por ello que postula una jerarquía de cinco necesidades que se detallan a continuación:

- Fisiológicas: como agua, alimento, sexo, vivienda, temperatura adecuada, etc.
- De seguridad: como estabilidad personal, ausencia de amenazas, etc.
- Sociales: como amistad, afecto, vinculación social, interacción, amor, etc.
- Estima: tanto autoestima, como posición, reconocimiento externo.
- Autorrealización: ser capaz de alcanzar su necesidad de forma continua

Por su parte, Alderfer (1972) consiguió remodelar la jerarquía de necesidades de Maslow, en el que se planteaban tres grupos de necesidades primarias, las de existencia, la de relaciones y la de crecimiento. La teoría ERC también conocida, abarcaba las necesidades que tienen los individuos de satisfacer su existencia (necesidades fisiológicas y de seguridad), las necesidades de relaciones, referente a las relaciones interpersonales (deseos sociales y de status), y las necesidades de crecimiento, que se enmarcan al desarrollo personal, el nivel de estima y autorrealización (pág. 9).

En 1966, Herzberg (citado por Salazar y Gutiérrez, 2016) menciona que:

Formula la teoría bifactorial para explicar mejor el comportamiento de las personas en situaciones de trabajo. La satisfacción que es el resultado de la motivación laboral y la insatisfacción como resultados de los factores de higiene. Para lograr que se cumpla el enriquecimiento del trabajo, Engel y Redmann (1987) identifican principios que se deben

aplicar, entre ellos, se debe aumentar la responsabilidad sobre las tareas a desarrollar, delegar áreas de trabajo completas, suprimir controles, conceder mayor autoridad y mayor libertad, asignar tareas nuevas y más difíciles (pág.9-10).

En relación a la teoría de las necesidades aprendidas, McClelland (1965) (citado por Salazar y Gutiérrez, 2016):

Define motivador a aquella necesidad o necesidades que determinan la forma de comportarse una persona, dividiéndolo en factores motivadores diferenciados. El motivador de logro (éxito en las tareas que implican evaluación del rendimiento), el motivador de poder (dominio y control del comportamiento de otros), y el motivador de afiliación (establecimiento de relaciones interpersonales cercanas) (pág.10).

Según Vroom (1964) (citado por Salazar y Gutiérrez, 2016) considera que:

La motivación de un trabajo en su entorno laboral depende de los logros y objetivos que se desea alcanzar en el trabajo o de las probabilidades de poder conseguir. La teoría de la expectativa se centra en la percepción subjetiva que tiene el trabajador sobre la posibilidad de que su forma de realizar su trabajo conlleve a determinar buenos resultados (pág.10).

Por su lado, Locke (1969) citado por (Salazar y Gutiérrez, 2016) menciona que: “La motivación que el trabajador desarrolla en su puesto de trabajo es un acto consciente y que su nivel de esfuerzo o ejecución estará en función del nivel de dificultad de las metas que se proponga alcanzar” (pág.10).

Finalmente, Adams (1963) afirma que:

Se valora a las personas respecto a la relación que establecen entre el esfuerzo que invierten para conseguir los objetivos y las recompensas que obtienen por sus logros. Para

poder realizar esta valoración, el trabajador comparará la recompensa que obtiene individualmente por la empresa (nivel interno) con las recompensas que obtengan sus compañeros de trabajo dentro de la empresa o por trabajadores de su nivel que trabajen en otras empresas de la competencia (nivel externo) (pág. 10).

Según Salazar, R, & Gutiérrez, N. (2016) afirma que:

Es importante señalar que la motivación al ser un fenómeno de varias causales incidirá en diferentes factores. Asimismo, las organizaciones deben tener presente que la desmotivación laboral se logra cuando no existen objetivos claros, no se presentan respuestas o críticas a cuestiones planteadas, ocultar la verdad y no dar elogios a los trabajos que hayan sido realizados de manera adecuada, la no comunicación entre los diferentes niveles organizaciones y demostrar que empleado no forma parte del equipo de trabajo (pág. 10).

Según: (Gonzales, 2017) comenta que:

La Motivación comprende tanto los procesos individuales que llevan a un trabajador a actuar y que se vinculan con su desempeño y satisfacción en la empresa, así también son los procesos organizacionales que influyen para que tanto los motivos del trabajador como los de la empresa vayan en la misma dirección (pág. 20).

Según (García, 2012) menciona que:

Los empresarios disponen de una gran diversidad de elementos para poder motivar a sus trabajadores, pero se debe apuntar que no todos los tipos de motivación que existen funcionan para para los distintos empleados, hay que tener en cuenta que influyen factores

como el estado de ánimo, la personalidad del trabajador, las metas individuales, su escala de necesidades o valores (p. 30).

Para (Vera 2017)

La motivación que llegan a sentir las personas en el trabajo es importante y necesario, tanto para lograr los objetivos empresariales como los objetivos personales, cuando se tiene una mayor motivación y esta es generada por agentes externos y propios, se logra la satisfacción laboral. El trabajador y la organización tienen que ir a la par, si la persona no se siente bien, no se siente motivado por su puesto de trabajo, las tareas no serán realizadas de la mejor manera, incluso el grado de compromiso podría disminuir (pág.12).

Según (Arauz 2016)

Una manera de asegurar que los empleados cumplan con las disposiciones requeridas, es premiando su predisposición y seguimiento a cabalidad de lo indicado dentro del presente manual. Toda forma de gratificación incentiva a los trabajadores a esforzarse con más frecuencia, lo que a su vez los hace más competentes en sus respectivas áreas laborales (pág.88).

La Teoría Motivacional de la Autodeterminación

Según (Deci y Ryan, 1985; 2002; 2008) (citado por Zarauz, Antonio; Ruiz-Juan, Francisco 2016) explica que:

La motivación es un continuo caracterizado por distintos niveles de autodeterminación que, de mayor a menor, son la motivación intrínseca, la extrínseca y la motivación. La

motivación intrínseca predomina al involucrarse en una actividad por iniciativa propia y por el placer y satisfacción derivados de esta participación (pág. 36)

Métodos para incentivar la motivación de los empleados

(García, 2012, p. 30-31) citan algunos métodos para incentivar la motivación de los empleados

- ✓ Administración por Objetivos (APO): basado en la fijación de metas de forma participativa. Lo interesante de esta teoría se centra en convertir los objetivos generales de la organización en objetivos específicos para las distintas secciones de la organización y de los miembros individuales que la forman. Existen cuatro factores comunes que se observan en los programas de APO: Especificidad de metas, toma participativa de decisiones, plazo explícito y retroalimentación sobre el desempeño.

- ✓ Programas de Reconocimiento a los Empleados: estos programas se basan en la atención centralizada en el personal, donde se expone el interés, aprobación y el aprecio por un trabajo bien hecho.

- ✓ Programa de Participación de los Empleados: se trata de un proceso participativo que intenta aprovechar toda la capacidad que poseen los empleados y a su vez sean quienes comprometan a los demás a dar lo mejor para lograr los objetivos de la empresa.

Algunas formas en las cuales podemos lograr la participación de los empleados son mediante:

- Administración Participativa: se caracteriza por la toma conjunta de decisiones por empresarios y trabajadores, los trabajadores comparten parte del poder de decidir con sus superiores.
- Participación Representativa: este tipo de participación se observa en la mayoría de los países de Europa Occidental. Los trabajadores son representados por un conjunto pequeños, constituyendo así una participación representativa, logrando una distribución del poder dentro de la organización. Se consigue a través de Consejos Laborales que son un grupo de empleados elegidos a los que la dirección de la empresa debe consultar en la toma de decisión que afecten a los trabajadores; y también a través del Consejo de representantes, representando en el Consejo directivo los intereses de los trabajadores.
- Círculos de Calidad: formados por un grupo de supervisores y empleados que comparten una responsabilidad. Se reúnen de forma regular para poder supervisar y analizar los posibles problemas de calidad que puedan surgir e investigar las causas de los mismos, además podrán recomendar a la dirección soluciones e iniciar acciones correctivas.

Atención al cliente

(Diego Armando TasgachoCondo 2012) menciona que:

Durante los años sesenta las empresas comenzaron a desarrollar un servicio de venta, es decir fue la época de los vendedores y las escuelas de venta. En los años setenta las empresas comienzan a tener conciencia de la importancia de los servicios postventa por lo que se comienza a trabajar los 7 días de la semana. En los años ochenta surgen los servicios de excelencia, algunas empresas incorporaron consultores en busca de la calidad perdida. Posteriormente en los años noventa comienza la década del tiempo del servicio (pág.4).

Según (Godoy, J. 2011) menciona que:

Atención al cliente es una actividad desarrollada por las organizaciones con orientación a satisfacer las necesidades de sus clientes, logrando así incrementar su productividad y ser competitiva. El cliente es el protagonista principal y el factor más importante en el juego de los negocios (pág. 26).

(Francisca Vidal & Jesús Nicasio García, 2009) afirma que:

La motivación es pues un término genérico que se aplica a una serie de impulsos, deseos, necesidades, anhelos y fuerzas similares por lo que puede decirse que la motivación es la causa del comportamiento de un organismo o la razón por la que un organismo lleva a cabo una actividad determinada. Por ello, la motivación es un factor esencial y primordial en el desarrollo de cualquier actividad o trabajo a realizar (pág. 162).

Según (DOMÍNGUEZ, & LÓPEZ, 2016-07) Mencionan que:

Según las palabras expresadas por Hodgetts señalan claramente que los trabajadores se deberían de sentir motivados por las recompensas que reciben de sus jefes por las acciones o actividades que realizan dentro de sus puestos de trabajo, el reconocimiento de su esfuerzo hace que estas personas se sientan más productiva dentro de sus áreas (pág.8).

Para (GARCÍA, 2011)

El cliente es el actor principal en una empresa, si éste no recibe un buen servicio, existe la gran posibilidad que no regrese, y que además reproduzca en otras personas la mala imagen que se llevó de la empresa. Por lo tanto, una adecuada atención al cliente, es marketing para la empresa (pág.9).

(Canales Muñoz Gabriela Estefanía, 2013) afirma que:

La calidad en la atención brindada al cliente es el pilar fundamental de toda empresa en el campo comercial, por ser la carta de presentación con la que se introduce en las preferencias de los consumidores, logrando así posesionarse en el amplio mercado competitivo al cual se deben enfrentar, ya que éste con el pasar del tiempo crece cada día más debido a que las expectativas y requerimientos de los consumidores se vuelven más exigentes y es una lucha constante el tratar de satisfacer cada uno de sus necesidades (pág. 4).

El nivel de calidad, productividad y excelencia de las empresas cuya finalidad es la comercialización, debe ser preciso y puntual, con patrones que cubran expectativas y

necesidades de la empresa y a su vez a aquellos a quienes va dirigida la atención; cada empresa debe direccionarse y tener la mira fija en el buen servicio al cliente y la satisfacción del mismo ya que ello será la clave que garantice el éxito empresarial(pág. 4).

Servicio

Según (Duque 2005) “Servicio es entonces entendido como el trabajo, la actividad y/o los beneficios que producen satisfacción a un consumidor”.

Según (Jenny Najul Godoy 2011)

Los aspectos más importantes para lograr competitividad, es identificar las posibles fallas en el sistema de atención al cliente, mejorar continuamente los procesos y controlar su ejecución de la manera más eficiente posible, además de evaluar la capacidad de su capital humano (pág. 25).

Según (Godoy, J. 2011) menciona que: “La calidad de servicio es el horizonte que debe orientar a todos los miembros de la empresa y sus operaciones, por cuanto el éxito de éstas se sustenta en la atención al cliente” (pág.27).

Para (Najul Godoy, J. 2011)

La atención al cliente es una actividad de trascendencia para el éxito de cualquier organización en el escenario del mundo actual. Es una de las palancas fundamentales para agregar valor a los servicios de la empresa. Por este motivo, la calidad del sistema de atención al cliente, es un componente decisivo en la eficiencia de toda organización (pág.35).

Según (Montoya Agudelo, César Alveiro; Boyero Saavedra, Martín Ramiro 2013): Aquellas empresas que se han destacado por su calidad en el servicio y su inversión en el desarrollo de herramientas que le permiten tener un mayor acercamiento a sus clientes, son instituciones exitosas que establecen que es mucho más importante conocer a sus consumidores que reunir solo información transaccional de sus acciones (pág. 131).

Por su parte, Duque Márquez (2010) citado por (Montoya Agudelo, César Alveiro; Boyero Saavedra, Martín Ramiro 2013, p.26) pone a disposición Diez Mandamientos de la Atención al Cliente, que, si fueran aplicados a las empresas y ajustados a su plan estratégico, podrían posicionar a sus clientes por encima de todo.

Los diez Mandamientos de la Atención al Cliente

1. El cliente por encima de todo, es al cliente a quien debemos tener presente en todo momento.
2. No hay nada imposible cuando se quiere, muchas veces los clientes solicitan cosas casi imposibles, pero con un poco de esfuerzo, se puede lograr lo que él desea.
3. Cumplir todo lo que se prometa, el cliente debe sentirse confiado y esto depende de la credibilidad de la información que recibe y de quien se la transmite.
4. Solo hay una forma de satisfacer al cliente, cuando el cliente se siente satisfecho al recibir más de lo esperado y esto se logra conociendo muy bien a los clientes, concentrando toda la atención a sus necesidades y deseos.

5. Para el cliente la empresa marca la diferencia, el capital humano que tiene contacto directo con los clientes tienen un gran compromiso, pueden lograr que estos regresen o que jamás quiera volver.
6. Fallar en un punto significa fallar en todo, puede que todo funcione a la perfección, pero que pasa si se falla en la fecha de entrega, la calidad del producto, entre otros detalles del cierre de la venta, todo se va al piso.
7. Un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos, el capital humano debe estar orientado a logro de las ventas y capacitado para ello, conocer los productos, sus bondades y hasta sus desventajas, mantenerlos motivados, si estos factores no están cubiertos, las empresas no pueden pretender satisfacer a los clientes, es por ello que las políticas de recursos humanos deben ir de la mano de las estrategias de marketing.
8. El juicio sobre la calidad de servicio lo hace el cliente, la verdad es que son los clientes quienes, califican la atención recibida, si es buena vuelven o de lo contrario no regresan.
9. Por muy bueno que sea un servicio siempre se puede mejorar, si se logra alcanzar los objetivos propuestos de servicio y satisfacción del consumidor, es necesario plantear nuevas metas, actualización, ya que la competencia no da tregua.
10. Cuando se trata de satisfacer al cliente, todos somos un equipo, todas las personas de la organización deben estar alineadas a satisfacer al cliente.

Según (Montoya Agudelo, César Alveiro; Boyero Saavedra, Martín Ramiro 2013)

Mencionan que:

El Servicio al cliente Aquella actividad de interrelación que ofrece un suministrador con el propósito de que un cliente obtenga un producto o servicio, tanto en el momento como en el lugar preciso y donde se asegure un uso correcto del mismo, es lo que se denomina como servicio al cliente”. Éste constituye el elemento a través del cual toda organización consigue el grado de diferenciación con respecto a otras organizaciones que ofrecen servicios similares, esta singularidad no es sólo es lograda a través de la oferta de un producto bien diseñado de hecho, este estándar de calidad es lo mínimo que el público espera, sino que debe conseguirse a través de la optimización de aquellos otros factores que intervienen en el proceso de satisfacción del cliente (pág.132).

Según (Campuzano Carranza, 2017, pág. 5-6)

Satisfacción del cliente

¿Qué significa satisfacción del cliente? satisfacción es la evaluación que realiza el cliente respecto a un servicio y que depende de que el servicio respondió a sus necesidades y expectativas. si esto no se cumple se produce la insatisfacción.

Características del producto y del servicio.

La satisfacción está influenciada significativamente por la evaluación que hace el cliente sobre las características del servicio por medio de los estudios de satisfacción, las empresas son los atributos importantes de un servicio, y miden las percepciones de dichas características para medir cuales son los atributos mas importantes; asi como el nivel de satisfacción.

Emociones de los clientes

Las emociones afectan a las percepciones de satisfacción hacia los servicios.

Las emociones también afectan a las percepciones de satisfacción. p.e: el estado de ánimo o el grado de satisfacción con su vida (alegría o mal humor).

Las emociones positivas - felicidad, placer, júbilo - mejoran la percepción de la satisfacción, mientras que las emociones negativas - tristeza, pena, arrepentimiento, irritación -, actúan en sentido contrario (insatisfacción).

Atribuciones del fracaso o el éxito del servicio

La atribución es la percepción de la causa de los acontecimientos, y que influye en las percepciones de satisfacción. cuando el servicio es mucho mejor o mucho peor de lo esperado, se buscan las causas y su valoración afecta a la satisfacción.

Para (Alvarado, & Camacho 2015)

La atención al cliente o de servicio al cliente, es la prestación del servicio a los clientes antes, durante y después de la compra de un producto o un servicio. Turbante define el servicio al cliente como "una serie de actividades diseñadas para aumentar el nivel de satisfacción del cliente, dándole la sensación de que un producto o un servicio de satisfacer sus expectativas (pág.14).

Calidad

Según (Salazar, Cabrera, Villacrés)

El Sistema de Gestión de la Calidad son un conjunto de normas y estándares internacionales que se interrelacionan entre sí para hacer cumplir los requisitos de calidad

que una empresa o Institución requiere para satisfacer los requerimientos acordados con sus clientes a través de la ISO 9001:2008 (pág.70).

Según (Lara López, J. Refugio 2002) determina que:

Para mejorar la calidad, la empresa debe de entender en primer lugar, cómo juzgan los clientes la calidad del servicio. Su intangibilidad, hace que la calidad del servicio sea difícil de evaluar, y es precisamente por esto que los clientes emiten juicios sobre la calidad basados en cómo se presta el servicio. Por otra parte, se sabe, que crear una cultura de cero defectos es tan importante para el sector servicios como lo es para el sector manufacturero. Pero hacer las cosas bien a la primera, resulta más difícil tratándose de servicios, también debido a la inseparabilidad de su producción - consumo, así como a la heterogeneidad.

(GARCÍA MONTIEL, 2011) dice que:

Se debe recordar que un cliente no separa los componentes de la atención, sino que lo juzga como un todo, por ello, cuando existe algún defecto en un elemento del servicio, el cliente tiende a generalizar los defectos. Es por eso que, en materia de servicios, la calidad o es total o no existe (pág.12).

Según (Campuzano Carranza, 2017)

La calidad abarca muchos aspectos dependiendo el ámbito donde se la aplique, pero su fin es el mismo satisfacer las necesidades de los consumidores creando productos o servicios de excelencia que cubran las necesidades y sobrepase las expectativas de quien adquiera un producto o servicio (pág.14).

Según (Campuzano Carranza, 2017, pág. 9-13)

Calidad en el servicio

Procesos versus calidad técnica de los resultados.

Calidad del servicio (calidad técnica).

Calidad del trato (como es atendido en el encuentro del servicio).

Relaciones interpersonales de calidad superior (cortesía, escucha..).

Dimensiones de la calidad en el servicio

La calidad es multifactorial: confiabilidad, adaptabilidad, durabilidad, utilidad, estética, prestigio, características, desempeño.

Confiabilidad: Entregar lo que se promete de manera segura y precisa.

Es el factor más importante en la percepción de la calidad del servicio.

Para el proveedor es necesario conocer las expectativas de confiabilidad de sus clientes sino quiere perder rápidamente sus clientes.

Responsabilidad: Estar dispuestos a ayudar y a prestar el servicio rápidamente.

Descansa sobre la atención y rapidez con que son atendidos los pedidos, las preguntas, las reclamaciones y quejas de los clientes.

La responsabilidad, la mide el cliente por el lapso de tiempo que ha de esperar.

La responsabilidad también mide la flexibilidad para personalizar el servicio.

Las percepciones de responsabilidad disminuyen cuando el cliente que quiere contactar telefónicamente con nosotros, se le deja en espera o se le transfiere aun sistema de correo de voz.

La atención al cliente puede descomponerse en secciones p.e. o recepción de pedidos por teléfono o responder a dudas, preguntas, quejas, reclamaciones, etc.

Seguridad: inspirar buena voluntad y confianza a través de la formación técnica y cortesía de los empleados.

Se incrementa en los casos de riesgo percibido, que incrementa la inseguridad del cliente para la evaluación.

Empatía: tratar a los clientes como personas, mediante atención individualizada y cuidadosa.

Permite transmitir a los clientes que son únicos y especiales.

En las pymes con frecuencia el empleado puede conocer el nombre del cliente.

En los servicios (b 2 b) lo que los clientes quieren es que el proveedor entienda de sus industrias y sus problemas.

Tangibles: representación física del servicio (instalaciones, equipos, recepción, acondicionamiento, fachadas, etc.)

Tipos de Clientes.

Según (Muñoz, 2011, p.20) que: Los clientes pueden ser de dos clases:

Cliente interno: Son los empleados que están en continua relación con otros empleados de la misma empresa e incluso con el cliente externo, son consumidores también de productos y servicios y se les debe tomar en cuenta en la toma de decisiones. Estos son: proveedores de productos, los empleados familia y amigos.

Clientes externos: Son la sociedad en general, cada individuo y grupo que se encuentra o no en situación de ser consumidor. Utilizando para esta investigación, la población de clientes internos, más específicamente los empleados.

Microempresas

Según (Mata Torres Héctor Alfredo, 2013)

La microempresa es la organización económica de hecho, se muestran así debido a que no necesitan ninguna formalidad para su constitución, es administrada por una o más personas emprendedoras, que tiene objetivos económicos. Su número de trabajadores no sobrepasa los 10, incluyendo el dueño. Aplican la autogestión y tienen gran capacidad de adaptarse al medio (pág.9).

Según (Mata Torres Héctor Alfredo, 2013) “La mayoría de microempresarios no están constituidos como personas jurídicas sino solo como personas naturales como tales solo están regidos bajo la norma del RISE” (pág.9).

(Reyes Fernández, 2015) afirma que:

La microempresa en el Ecuador constituye una importante fuente de ingresos para el hogar, se crean para satisfacer una necesidad que ha sido identificada por el emprendedor, las microempresas en el Ecuador están presentes en las principales actividades económicas del país (pág.9).

Según (Barcelona Cabrera Antonio Elías, 2013) menciona que:

La microempresa juega un papel importante ya que ayuda a combatir el desempleo y la pobreza mediante la creación de plazas de trabajo y la incursión de la mujer en este mundo competitivo al crear y dirigir su 4 negocio propio, y a los universitarios la oportunidad de auto-emplearse y generar empleos para otros (pág.3-4).

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA

La metodología que se emplea en esta investigación hace referencia al uso de fuentes bibliográficas que son de aporte significativo para dar realce al tema y de esta manera obtener información de datos reales que permita sustentar de manera correcta bases teóricas, conceptos y términos a destacar en la presente investigación.

La investigación documental consta de aquella información tomadas de artículos, tesis, revistas, libros entre otros, como parte fundamental para la investigación a realizar con el fin de analizar, comparar y obtener amplios conocimientos sobre cómo influye la motivación laboral en la calidad del servicio al cliente y desarrollar nuevas ideas que aporten a los empresarios información oportuna para considerar nuevas estrategias que permitan un mejor desempeño del personal de la organización y alcanzar los objetivos deseados.

En cuanto a la investigación cualitativa y cuantitativa es importante tener en cuenta que los estudios, análisis y evaluaciones realizadas aportan a la presente investigación mayor credibilidad en cuanto a la información proporcionada ya que permite conocer de manera porcentual y literal la importancia que tiene la motivación laboral en el desempeño de los empleados, en la calidad de servicio, en la atención que recibe el cliente y como es afectada o de ayuda para la organización. Cabe recalcar que los datos obtenidos son de diferentes empresas con distintas actividades lo que conlleva a deducir que la motivación laboral es de gran influencia para toda la empresa.

CAPÍTULO 4

DESARROLLO DEL TEMA

La presente investigación busca hacer un análisis de cómo influye la motivación laboral en las capacidades que tienen los empleados para desarrollar su trabajo, de manera que brinden un servicio de calidad que den satisfacción al cliente y se propone estudiar minuciosamente las teorías, conceptos, estudios y puntos de vista que permitan conocer correctamente las diferentes estrategias para mantener empleados motivados, productivos y competentes que hagan de la empresa un lugar confiable y diferente de la competencia.

La motivación laboral implica incentivar a los trabajadores a realizar sus tareas de la mejor manera posible, para lo cual aquí unas pautas cómo hacer que el empleado se sienta cómodo en un ambiente agradable en el cual tenga las herramientas necesarias para desarrollar su trabajo, es importante hacerle saber al empleado cada vez que hace su trabajo de manera excepcional, es decir, agregando valor a aquella situación que atendió, permitirle observar el trabajo de los demás y preguntarle si hay algo en lo que esté afectando su desempeño pero de una manera positiva, reconocer el esfuerzo en su labor, recordarle la importancia que tiene la calidad en el servicio que brinda y así muchos otros aspectos que aunque parezcan pequeños generan grandes logros.

Para dar mayor credibilidad a esta investigación documentada opte por tomar datos estadísticos de estudios realizados por distintos autores, en tiempos diferentes y

Según (Domínguez Mejía, & López Santos, 2016) indica que:

En la ejecución de actividades diarias dentro del puesto de trabajo existen procedimientos a cumplir los cuales van encaminados a los objetivos satisfactorios de la empresa y su producción, es por ello que cada departamento o cargo debe de tener procedimientos oportunos para la ejecución favorable para llevar a cabo cada función establecida” (pág.10).

Para (Molina Moran, 2013)

Las encuestas permiten comprobar que el indicador salario es identificado como el más importante según el panel de experto del Hospital y a su vez es aceptado y reafirmado por los trabajadores, con una participación del 29,37% en el proceso de motivación, lo que significa según Maslow, que, en el Hospital, lo más relevante es la satisfacción de necesidades básicas como alimentación, vivienda, educación, seguridad (pág.53).

Encuesta realizada por (Kuonyeng Castillo, 2012) a los vendedores, de la empresa DESPACIFIC.S.A. de la ciudad de Guayaquil indica que:

Un alarmante 76% de los jefes no motivan a sus empleados a través de gestos o palabras, es decir, que los empleados opinan que sus jefes no se comunican motivadoramente, lo que tampoco representa un factor que les motive a seguir trabajar con dedicación (pág.67).

Por otro lado (Castillo, 2012) En su encuesta muestra que: “En cuanto al rendimiento laboral un 92% mantiene el hecho de que si se les reconociera los méritos por el trabajo bien hecho se estimularía y mejoraría el rendimiento laboral” (pág.73).

Según (García, 2011) mediante encuestas afirma que:

Un 53% nos dijo que no cree que su trabajo sea importante para las personas que reciben el servicio y un 40% cree que si. Esto denota el desinterés por la calidad en la atención al cliente ya que al no creer que su trabajo sea importante, no están motivados a realizarlo mejor y además se pierde el sentido de la tarea” (pág.31).

Un estudio realizado en el Hospital León Becerra de Guayaquil en el año 2013 indicó cual es el factor que influye con mayor fuerza en la motivación y la satisfacción de los trabajadores teniendo como resultado lo siguiente:

Según encuestas realizadas por (Molina, 2013):

Permitió identificar y cuantificar en orden de importancia cuales son los indicadores presentes en el Hospital, elegidos por los expertos “líderes de los estratos”, determinándose que el indicador salario, fue el que se cuantificó como el de mayor importancia, traspolándose en la ponderación con un peso de 5, y un porcentaje de participación del 33% en la variable motivación; seguido del desarrollo profesional y personal con un peso de 4 y una participación porcentual del 27%; la estabilidad laboral con el peso de 3 y una participación porcentual del 20%; los beneficios sociales con el peso de 2 y participación porcentual de 13%; y de menor importancia el clima laboral con un peso de y participación porcentual de 7%, el conjunto del resultado constituye la variable motivación estudiada en esta organización (pág.45).

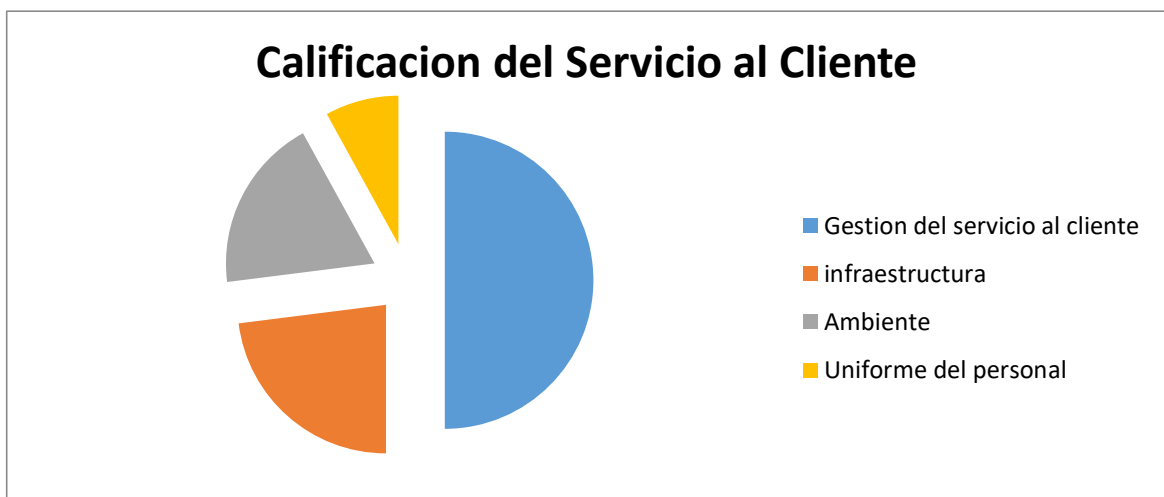
(García Montiel, 2011) después de su investigación realizada en la cadena KFC en la ciudad de Guayaquil en el local de 9 de octubre y Chimborazo concluye que “hay deficiencia en la calidad del servicio al cliente originado por los conflictos en la esfera motivacional, falta de incentivos morales, inadecuadas condiciones físicas y salariales” (pág.37).

(Alvarado, & Camacho 2015) Mediante estudios realizados confirman que:

En lo que respecta a la influencia que posee la atención al cliente con el déficit de desarrollo de la organización, el 97% indicaron sí influir mucho la atención al cliente, mientras que el otro 3% indicaron no influir en nada. Los resultados reflejan la gran importancia y dependencia que tiene el buen servicio que se le pueda brindar a un cliente para que la entidad pueda desarrollar y a su vez fidelizar clientes (pág.52).

Según (Arauz 2017)

Los encuestados respondieron que entre las cosas en las que se fijaron primero ha sido en la gestión del servicio al cliente con el 50%, mientras que el 23% dijo en la infraestructura, un 19% respondió en el ambiente, mientras que el 8% dijo en el uniforme del personal. Por ende, está claro que lo primero en que piensan las personas al asistir a una agencia de atención al cliente es el trato que se le pueda brindar, con lo cual tendrá su primera impresión no solo de la agencia, sino de toda la empresa en general (pág.68).



Según (Campuzano Carranza, 2017).

La información recaudada de las encuestas demuestra que Rock Sport Café cuenta con solo un 23% clientela fija, la mayoría de sus clientes son nuevos; según los resultados evidencian que para el 78% de los encuestados el servicio al cliente es muy importante, aún incluso más importante que la comida, que señala un 73%, el tiempo de espera para ser atendidos y para que la comida llegue a la mesa, está entre un 40% y 34% dando una alerta de que la atención es buena pero no lo suficientemente rápida (pág.42).

Tomando en cuenta la información obtenida de estudios realizados en diferentes empresas y ámbitos laborales es muy notable que, pese a las distintas áreas estudiadas, la motivación

laboral, la calidad en el servicio y la atención en el cliente están vinculadas. Factores dependientes el uno del otro si un empleado no es motivado su desempeño no será óptimo y como efecto se tendrán clientes insatisfechos, situación que afecta a la organización en su crecimiento, por lo tanto, así como se busca satisfacer las necesidades de los clientes externos, así también es indispensable tener en cuenta cómo cuidar y motivar los clientes internos a dar lo mejor en cada actividad que realizan.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

En conclusión, la motivación genera gran impacto en todos los ámbitos de la vida ya que es aquello que mueve al individuo a hacer o no hacer algo por esta razón cabe recalcar que en las organizaciones es relevante contar con motivación laboral puesto que es una herramienta indispensable que ayuda significativamente en el buen funcionamiento de la empresa y sus colaboradores.

La investigación documentada aporta que para definir calidad es necesario entender al cliente saber cómo califican el servicio recibido, de qué manera miden la satisfacción, como perciben la conducta de quien les atiende. Por otro lado, se habla de los diez mandamientos del cliente en el cual menciona que, el cliente es el cliente, sobre todo, la satisfacción del cliente se origina cuando recibe más de lo esperado, un empleado insatisfecho genera clientes insatisfechos, el juicio sobre la calidad del servicio lo hace el cliente.

De acuerdo con los aportes de varios autores se puede mencionar que los incentivos en las microempresas son una gran alternativa para conseguir una buena motivación, es necesario mencionar que los incentivos no solo se dan de manera remunerada, sino que hay otras alternativas como, por ejemplo, hacer reconocimientos al mejor empleado del mes, reconocimiento por el desempeño de una tarea excepcional, reconocimiento por puntualidad de los colaboradores, entre otros. Este tipo de incentivos hace posible que la organización se encuentre motivada por su trabajo y por ende existirá un buen servicio al cliente el mismo que dará una buena imagen sobre los colaboradores de dicha microempresa, el cual generará más ingresos debido a el servicio prestado a la comunidad.

Por lo tanto, es necesario para las organizaciones establecer como gestión estratégica la motivación laboral y de esta manera tener como resultado empleados satisfechos y motivados a desempeñar sus tareas día a día recordando que la motivación no es simplemente la parte financiera sino también pequeños elogios que se pueden mostrar en el momento, para lo cual se hace resaltar el labor excepcional que éste ha realizado,

considerando que los empleados al igual que los clientes son muy importantes para la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Vidal, F., & García, J. (2009). LA MOTIVACION Y EL BURNOUT EN LOS PROFESORES. *International Journal of Developmental and Educational Psychology*, 4 (1), 161-167.
- Díaz Olaya, J., Díaz Mercado, M., & Morales Cepeda, S. (2017). Motivación laboral en trabajadores de empresas formales de la ciudad de Bogotá. *Revista Iberoamericana de Psicología*, 4(1). Recuperado de <https://revistas.iberoamericana.edu.co/index.php/ripsicologia/article/view/483/448>
- Virginia García (2012). La motivación laboral estudio descriptivo de algunas variables <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/1144>
- María Hilda Gonzales Aguirre (2018) Grado de motivación por el trabajo y su relación con el desempeño laboral en enfermeras servicios de medicina. <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2506>
- Zarauz, A., & Ruiz-Juan, F. (2016). MOTIVACION, SATISFACCION, PERCEPCION Y CREENCIAS SOBRE LAS CAUSAS DEL ÉXITO EN ATLETAS VETERANOS ESPAÑOLES. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 11 (1), 37-46.
- Salazar Yépez, W., & Cabrera Vallejo, M., & Villacres Cevallos, E. (2017). Impacto de la ISO 9001:2008 en la Facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador como parte del sistema de gestión de calidad. *Industrial Data*, 20 (1), 69-78.
- Najul Godoy, J. (2011). El capital humano en la atención al cliente y la calidad de servicio. *Observatorio Laboral Revista Venezolana*, 4 (8), 23-35.
- MOLINER CANTOS, C. (2001). Calidad de Servicio y Satisfacción del cliente. *Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones*, 17 (2), 233-235.
- Montoya Agudelo, C., & Boyero Saavedra, M. (2013). EL CRM COMO HERRAMIENTA PARA EL SERVICIO AL CLIENTE EN LA ORGANIZACIÓN. *Revista Científica "Visión de Futuro"*, 17 (1), 130-151.
- García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos*, 18 (3), 381-398.

- Pedraza Melo, N., & Bernal González, I., & Lavín Verástegui, J., & Lavín Rodríguez, J. (2015). La Calidad del Servicio: Caso UMF. *Conciencia Tecnológica*, (49), 39-45.
- López Más, J. (2014). MOTIVACIÓN LABORAL Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA TEORÍA DE FREDERICK HERZBERG. *Gestión en el Tercer Milenio*, 8(15), 25-36. Recuperado de <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/9692/8498>
- RÍOS-MANRÍQUEZ, M., & LÓPEZ-SALAZAR, A., & LÓPEZ-MATEO, C. (2015). ÉTICA Y CALIDAD LABORAL: IMPACTO EN EL DESEMPEÑO EMPRESARIAL. UN ESTUDIO EMPÍRICO. *HOLOS*, 3, 308-320.
- Salazar, R., & Gutiérrez, N. (2016). LA MOTIVACIÓN LABORAL EN EL SECTOR DE SERVICIOS ¿QUÉ HACE QUE UN TRABAJADOR REALICE MÁS DE LO QUE SE ESPERA? ISSN No. 1390-3748 (Edición Impresa) Catálogo Latindex No. 22956 Revista Empresarial Edición No. 40 Vol. 10 – No. 4 - Pág#7-12
- DOMÍNGUEZ MEJÍA, I. N. G. R. I. D., & LÓPEZ SANTOS, C. Y. N. T. H. I. A. (2016-07). *Tesis*. Recuperado a partir de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/26337>
- Molina Moran. R. O. (2013-11-11). *Tesis*. Recuperado a partir de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/6092>
- Kuonyeng Castillo, I. A. (2012). *Tesis*. Recuperado a partir de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/10426>
- GARCÍA MONTIEL, I. R. I. N. A. L. I. L. I. A. N. A. (2011). *Tesis*. Recuperado a partir de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/6411>
- Alvarado Orellana, J., & Camacho Matamoros, C. I. (2015). *Tesis*. Recuperado a partir de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/13856>
- ARÁUZ GARAY, A. N. D. R. É. S. A. L. B. E. R. T. O. (2017-08). *Tesis*. Recuperado a partir de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/20661>
- CAMPUZANO CARRANZA, S. A. N. D. Y. L. I. S. S. E. T. H. (2017-02). *Tesis*. Recuperado a partir de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/14976>
- Vera Vallejo, Francine Valentina (2017). La influencia de los incentivos no económicos en la motivación laboral dentro de una organización privada en Quito.

Facultad de Derecho y Ciencias Sociales. UDLA. Quito. 58 p.
<http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/8525>

- Muñoz Mejía, J. J. (2015-12-01). *Tesis*. Recuperado a partir de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/8867>
- Mata Torres Héctor Alfredo, R. D. (Febrero de 2013). Repositorio de la Universidad de Guayaquil. Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/13581>
- Reyes Fernández, M. T. (2015). Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/14918>
- Barcelona Cabrera Antonio Elías, C. S. (Febrero de 2013). Repositorio de la Universidad de Guayaquil . Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/12974>
- Canales Muñoz Gabriela Estefanía, E. D. (Febrero de 2013). *Repositorio de la Universidad de Guayaquil* . Obtenido de <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/13426>



REGISTRO DE ACOMPAÑAMIENTOS

Inicio: 10-07-2018 Fin 15-01-2019

FACULTAD CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

CARRERA: LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Línea de investigación: GESTIÓN DE EMPRESAS

TEMA: LA MOTIVACIÓN LABORAL Y SU INCIDENCIA EN LA CALIDAD DEL SERVICIO EN EL SECTOR MICROEMPRESARIAL.

ACOMPAÑANTE: CAMPUZANO RODRIGUEZ MARIA AUXILIADORA

DATOS DEL ESTUDIANTE			
Nº	APELLIDOS Y NOMBRES	CÉDULA	CARRERA
1	SALAZAR RAMOS CAROLINA ESTEFANIA	0928066000	LICENCIATURA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Nº	FECHA	HORA		Nº HORAS	DETALLE
1	2018-13-08	Inicio: 10:02 a.m.	Fin: 11:02 a.m.	1	CONVERSACIONES PARA QUE TRABAJE CON OTRA COMPAÑERA DE GESTION E INDICACIONES DEL TRABAJO A REALIZAR
2	2018-03-09	Inicio: 09:15 a.m.	Fin: 10:15 a.m.	1	TEMA, CAPITULO 1
3	2018-18-10	Inicio: 14:49 p.m.	Fin: 16:49 p.m.	2	REVISIÓN DOCUMENTOS
4	2018-22-10	Inicio: 08:14 a.m.	Fin: 09:14 a.m.	1	REVISIÓN
5	2018-23-10	Inicio: 11:14 a.m.	Fin: 13:14 p.m.	2	REVISION PLAGIO
6	2018-24-10	Inicio: 14:57 p.m.	Fin: 16:57 p.m.	2	REVISIÓN INFORMACIÓN, URKUND


 María Auxiliadora Campuzano Rodríguez
 PROFESOR(A)


 SALAZAR RAMOS CAROLINA ESTEFANIA
 ESTUDIANTE

Urkund Analysis Result

Analysed Document: 24 OCT TESIS CAROLINA SALAZAR.docx (D43022144)
Submitted: 10/24/2018 11:19:00 PM
Submitted By: mcampuzanor@unemi.edu.ec
Significance: 3 %

Sources included in the report:

TESI FINAL SALAZAR VERA HELLEN.docx (D40756136)
<http://servicioalcliente.blogspot.blogspot.com/p/conceptos-de-autores-sobre-servicio-al.html>
<https://revistas.iberoamericana.edu.co/index.php/ripsicologia/article/view/483/448>
<http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2506>
<http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/9692/8>
<http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/8525>

Instances where selected sources appear:

7

