

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://servicioalclienteblogspot.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

UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO FACULTAD CIENCIAS COMERCIALES Y ADMINISTRATIVAS
TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA
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 Y ATENCIÓN
AL CLIENTE

Autor: Carolina Estefanía Salazar Ramos

Milagro, mes 2018 ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero. Fabricio Guevara Viejo, PhD. RECTOR Universidad Estatal de Milagro Presente.

Yo, _____ 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 _____ de

0: TESI FINAL SALAZAR VERA HELLEN.docx

64%

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

0: TESI FINAL SALAZAR VERA HELLEN.docx

90%

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 ---- días del mes de ----- de 2018

_____ Firma del Estudiante Nombre del Estudiante CI: -----

APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL

Yo, _____ 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 _____, cuyo tema de trabajo de Titulación es _____, que aporta a la Línea de Investigación _____ previo a la obtención del Grado _____; 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 ___ días del mes de ___ de 2018.

Nombre del Tutor Tutor C.I.:

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por: _____

_____ Luego de realizar la revisión de la Investigación Documental como propuesta practica, previo a la obtención del título (o grado académico) de _____ presentado por el /la señor (a/ita) _____.

Con el tema de trabajo de Titulación: _____

Otorga a la presente Investigación Documental como propuesta práctica, las siguientes calificaciones: Investigación documental [] Defensa oral [] Total []

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) _____ Fecha: _____ de _____ de 2018.

Para constancia de lo actuado firman:

Nombres y Apellidos

Firma

Presidente _____ Secretario /a
_____ Integrante _____
_____ ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR ii APROBACIÓN DEL TUTOR DE LA INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR iv RESUMEN 1 ABSTRACT 2 INTRODUCCIÓN 3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN 4 MARCO TEÓRICO 7 METODOLOGÍA 17 DESARROLLO DEL
TEMA 18 CONCLUSIONES 21 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 23

RESUMEN La presente investigación tiene como finalidad hacer un análisis de cómo influye la motivación laboral en la calidad de servicio que brinda cada empleado y el efecto que causa en las organizaciones la falencia de esta herramienta que es tan importante influyendo en la satisfacción del cliente para lo cual se recurre a la investigación documentada que garantice y respalde la veracidad en la temática a investigar.

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

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze how labor motivation influences the quality of service provided by each employee and the effect that causes in organizations the failure of this tool that is so important in influencing customer satisfaction. recourse is made to documented research that guarantees and supports the veracity of the subject to be investigated.

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

INTRODUCCIÓN

Día a día las empresas se esfuerzan por sobresalir una más que otra mejorando o produciendo nuevos productos, cambiando de imagen, modernizando instalaciones, creando nuevas publicidades, buscando alcanzar sus objetivos definidos. Quienes integran las diferentes organizaciones se preocupan por el continuo crecimiento y desarrollo de las mismas, indagando en nuevas estrategias que aporten múltiples beneficios en la productividad, la competencia e innovación, esforzándose en ser más competitivos.

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)

Según (

RÍOS-MANRÍQUEZ, M., & LÓPEZ-SALAZAR, A., & LÓPEZ-MATEO, C. 2015)

menciona

que: "En el ámbito de la responsabilidad social, la ética y la calidad laboral se consideran dos elementos imprescindibles en el actuar de las empresas. El primero es el conducirse de manera digna y congruente tanto a lo interno como a lo externo del negocio y la calidad laboral es el cuidado que la empresa tiene hacia su capital humano, considerando que ambos impactan en el desempeño empresarial de cualquier organización" (pág.309).

La implementación de este proyecto está orientado al crecimiento empresarial, desempeño eficiente de los empleados, y buscar la satisfacción del cliente mediante la práctica de nuevos conocimientos que implican la motivación laboral, para el logro de un alto grado de rentabilidad y así tener mayor crecimiento en el mercado.

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 incomodad, 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 clientes perciben ciertas actitudes que desfavorecen en la satisfacción del mismo, siendo este de vital importancia para la empresa teniendo 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 influye la motivación laboral en la calidad del servicio y atención al cliente mediante la investigación documentada para mejorar el desempeño de los empleados y la satisfacción del consumidor.

Objetivos Específicos

- Analizar de qué manera es afectada la empresa al no contar con un personal altamente motivado para brindar un servicio de calidad.
- Establecer como gestión estratégica la motivación laboral en el personal de la empresa.
- Conocer los diferentes métodos de incentivos para mejorar el desempeño laboral y lograr la satisfacción del cliente.

JUSTIFICACION

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

Motivación

Para (Kuonyeng 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.

En 1966, Herzberg

citado por (Salazar y Gutiérrez, 2016) "

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) afirma que: "

Con la

teoría del establecimiento de metas, afirma 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.

Las metas pueden tener varias funciones como aumentar la persistencia, la ayuda a la elaboración de estrategias, centrar la atención y la acción estando atentos a la tarea" (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).

Según (Kuonyeng Castillo, 2012) cita que: "Para Maslow (pp. 8-9, 1954) "la motivación es constante, inacabable, fluctuante y compleja, y casi es una característica universal de prácticamente cualquier situación del organismo".

Atkinson (p. 602, 1958) define su concepto de motivación como "la activación de una tendencia a actuar para producir uno o más efectos".

Por su parte, Young (p. 24, 1961) sostiene que la motivación "es el proceso para despertar la acción, sostener la actividad en progreso y regular el patrón de actividad" (pág.13).

Según Latham y Ernst (2006) citado por (Salazar y Gutiérrez, 2016, p.7) "En el caso de la motivación en el trabajo, se define como un proceso psicológico resultado de la interacción entre el individuo (necesidades, valores, cogniciones, intereses, metas, etc.) y el ambiente (condiciones de trabajo, tipo de tarea, retroalimentación, presión temporal, etc.)"

Según Salazar, R, & Gutiérrez, N. (2016) "Los estudiosos de la cultura organizacional desarrollaron los diversos conceptos de la motivación laboral para explicar de mejor manera las características y factores que pueden incidir en el desempeño laboral. La motivación presenta tres perspectivas fundamentales que son la conductista, la humanista y la cognitiva. 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.

Según: (Gonzales, 2017) "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.

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).

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:

o 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.

o 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.

o 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 Tasgacho Condo 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).

Para (Najul Godoy, J. 2011) 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.

(Francisca Vidal & Jesús Nicasio García, 2009, p. 161) En los últimos años, el problema del estrés laboral y su relación e influencia en la motivación laboral junto con el síndrome de Burnout afectan más a aquellas profesiones relacionadas con el trato personal como son la educación, el tema de la salud. Y es en este contexto, relacionado con los profesores, maestros, y de otros profesionales de la educación como los psicopedagogos, en activo y en formación, en el que se centra la presente investigación. Es por ello, que este síndrome de Burnout suele darse con más frecuencia en los maestros y profesores. Además de ellos lo sufren también los cuidadores, educadores, psicólogos, psicopedagogos, así como los profesionales del campo de los trastornos del desarrollo. Otros profesionales que suelen presentarlo son las enfermeras, los médicos, los trabajadores sociales, los policías, los abogados, los funcionarios de prisiones o los corredores de bolsa. Por lo tanto, toda esta problemática constituye un tema relevante debido por una parte al aumento de la preocupación social y por otro al elevado número de situaciones provocadas por este motivo y a las que hay que dar una respuesta desde una perspectiva científica aportando información detallada sobre el concepto del Burnout y dando soluciones y respuestas concretas para abordarlo.

(DOMÍNGUEZ, & LÓPEZ, 2016-07) Mencionan que: según las palabras expresas 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). 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"

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).

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

0: <http://servicioalcliente.blogspot.blogspot.com/p/conceptos-de-autores-sobre-servicio-al.html>

52%

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).

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 Yépez, Wilfrido; Cabrera Vallejo, Mario; Villacrés Cevallos, Edison) "El Sistemas 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).

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.

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 aquellas informaciones 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 el estudio, análisis y evaluaciones realizadas aportan a la presente investigación mayor información 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 se fundamenta en analizar los factores que influyen en las capacidades que tienen los empleados para desarrollar su trabajo, de manera que brinde un servicio de calidad por cuanto los clientes queden satisfechos y se propone estudiar minuciosamente las teorías, conceptos y puntos de vista que permitan conocer correctamente las diferencias entre un empleado motivado y uno desmotivado y cómo afecta a la organización, buscando de esta manera descartar que esta situación afecte la empresa.

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, hacerle saber al empleado cada vez que hace su trabajo de manera excepcional 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.

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 (Kuonyeng 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 "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 Moran, 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 1 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 2016) "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 tanto, así como se busca satisfacer las necesidades de los consumidores, así también es indispensable tener en cuenta cómo cuidar y motivar los empleados para que den lo mejor de lo mejor en cada actividad que realizan. CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES

En conclusión, la motivación genera gran impacto en todos los ámbitos de la vida resaltando que en las organizaciones es relevante contar con motivación laboral 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.

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).

En conclusión, basando la presente investigación en información documentada se puede decir que la motivación laboral si influye en la calidad del servicio y atención que brinda cada empleado al cliente así como también en cada tarea asignada, además el no contar con un personal altamente motivado afecta a la empresa como lo muestra la encuestas realizada por García quien indica que más del 50% no creen que su trabajo sea importante para el usuario lo que genera desinterés en servir con calidad, por otro lado Alvarado y Camacho mediante su estudio a otra empresa indica que cerca del 100% de los clientes afirman que la atención recibida es de gran influencia al momento de elegir dónde comprar.

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 lo cual hace resaltar el labor excepcional que este ha realizado, Recordando 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).

0: <https://revistas.iberoamericana.edu.co/index.php/ripsicologia/article/view/483/448> 90%

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)

0: <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2506> 100%

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).

O: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/9692/8>

92%

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/9692/8> 498 • 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> •

O: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/8525>

100%

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>

Hit and source - focused comparison, Side by Side:

Left side: As student entered the text in the submitted document.

Right side: As the text appears in the source.

Instances from: TESI FINAL SALAZAR VERA HELLEN.docx

1 64%

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

1: TESI FINAL SALAZAR VERA HELLEN.docx 64%

conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial

2 90%

el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley

2: TESI FINAL SALAZAR VERA HELLEN.docx 90%

el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la LEY

Instances from: <http://servicioalcliente.blogspot.blogspot.com/p/conceptos-de-autores-sobre-servicio-al.html>

3 52%

que: "El Servicio al cliente Aquella actividad de interrelación que ofrece un suministrador con el propósito de que un cliente obtenga un producto

3: <http://servicioalcliente.blogspot.blogspot.com/p/conceptos-de-autores-sobre-servicio-al.html> 52%

que el servicio al cliente es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece.

un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto

Instances from: <https://revistas.iberoamericana.edu.co/index.php/ripsicologia/article/view/483/448>

4 90%

Motivación laboral en trabajadores de empresas formales de la ciudad de Bogotá. Revista Iberoamericana de Psicología, 4(1).

4: <https://revistas.iberoamericana.edu.co/index.php/ripsicologia/article/view/483/448> 90%

Motivación laboral en trabajadores de empresas formales de la ciudad de Bogotá | Díaz Olaya | Revista Iberoamericana de Psicología

Instances from: <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2506>

5 100%

Grado de motivación por el trabajo y su relación con el desempeño laboral en enfermeras servicios de medicina.

5: <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2506>
100%

Grado de motivación por el trabajo y su relación con el desempeño laboral en enfermeras servicios de medicina

Instances from: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/9692/8>

6 92%

MOTIVACIÓN LABORAL Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA TEORÍA DE FREDERICK HERZBERG. Gestión en el Tercer Milenio, 8(15), 25-36.

6: <http://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/9692/8> 92%

MOTIVACIÓN LABORAL Y GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS EN LA TEORÍA DE FREDERICK HERZBERG | López Más | Gestión en el Tercer Milenio

Instances from: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/8525>

7 100%

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.

7: <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/8525> 100%

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.