



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Motivación laboral y atención a los clientes del área de mensajería de la
empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciado en Administración

AUTOR:

Jhonn Robert Vivanco Echevarría

ASESOR:

Mg. José Luis Fernández Dávila Villafuerte

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión del Talento Humano

LIMA – PERÚ

2016 - II

PÁGINA DEL JURADO



Presidente

Dra. Yvette Cecilia Plasencia Mariños



Secretario

Mg. Flavio Paca Pantigoso



Vocal

Mg. Marco Candia Menor

Dedico este trabajo de investigación a mí familia,
pero sobre todo a mis padres quienes son parte
fundamental de los logros que he obtenido.

Agradezco a mi asesor metodológico José Luis Fernández Dávila Villafuerte por el apoyo y asesoramiento brindado en el transcurso de la elaboración de mi Investigación.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, **JHONN ROBERT VIVANCO ECHEVARRIA** con DNI N° **72914205**, a efecto de cumplir con los criterios de evaluación, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en el Desarrollo de mi Proyecto de Investigación son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 25 de Noviembre del 2016.



JHONN ROBERT VIVANCO ECHEVARRIA
DNI: 72914205

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado, presento ante ustedes la Tesis titulada “Motivación laboral y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016”, con la finalidad de determinar si existe relación entre ambas variables ya mencionadas, misma que someto a vuestra consideración, en cumplimiento del reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Espero cumplir con los requisitos de aprobación.

Atentamente,

Jhonn Robert, Vivanco Echevarría.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación es de tipo descriptivo correlacional, no experimental, este tuvo como objetivo principal, determinar la relación que existe entre la motivación laboral y atención a los clientes del área de mensajería de Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016.. Y es que hoy en día las empresas de servicios son muy demandadas, por lo que el nivel competitivo es aun mayor, por ende es necesario que estas herramientas se desarrollen en el recurso humano de cada una de las organizaciones. Por otro lado, se utilizaron fundamentos teoricos de Roobins & Coulter, Johnston & Marshall, Escudero y antecedentes de Brune, Subauste y Uceda. La muestra fue censal, estuvo conformada por toda el área de mensajería de la empresa en estudio, siendo un total de 38 personas las que trabajan allí. Los datos recolectados fueron procesados y analizados empleando el software SPSS versión 22. Siendo la conclusión de este proyecto de que si existe relación entre la motivación laboral y atención a los clientes del área de mensajería en la empresa, situación que queda demostrada con la prueba Rho de Spearman que nos dio un coeficiente de correlación de 0.664, con una Sig. (Bilateral) de 0.000.

Palabras claves: Motivación laboral, Atención al cliente.

ABSTRACT

The present research work is descriptive correlational, not experimental, the main objective was to determine the relationship that exists between the work motivation and customer service in the messaging area of Afe Transportation S.A.C – Surquillo 2016. Today the service companies are highly demanded, so the competitive level is even greater, so it is necessary that these tools are developed in the human resource of each of the organizations. On the other hand, used theoretical foundations of Robbins and Coulter, Johnston and Marshall, Escudero and background of Brune, Subauste and Uceda. The sample was census, was made up of the entire messaging area of the company under study, with a total of 38 people working there. The collected data were processed and analyzed using the software SPSS version 22. The conclusion of this project is that if there is a relationship between work motivation and customer service in the area of messaging in the company, situation that is demonstrated by the test Rho of Spearman gave us a correlation coefficient of 0.664, with a Sig. (Bilateral) of 0.000.

Key words: Work Motivation, Customer service.

ÍNDICE

PÁGINA DEL JURADO	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD	v
PRESENTACIÓN	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I INTRODUCCIÓN	11
1.1 Realidad problemática	11
1.2 Trabajos previos.....	12
1.3 Teorías relacionadas al tema	15
1.4 Formulación del problema.....	19
1.5 Justificación del estudio	20
1.6 Hipotesis	21
1.7 Objetivos	22
II MÉTODO	23
2.1 Tipo	23
2.2 Diseño de investigación	23
2.3 Variables, operacionalización.....	24
2.4 Población y muestra.....	25
2.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	25
2.6 Métodos de análisis de datos.....	27
2.7 Aspectos éticos	27
III RESULTADOS	28
IV DISCUSIÓN	36
4.1 Motivación laboral y atención al cliente	37
4.2 Intensidad y atención al cliente	39
4.3 Dirección y atención al cliente.....	40

4.4 Persistencia y atención al cliente.....	40
4.5 Reconocimiento y atención al cliente.....	41
4.6 Incentivo económico y atención al cliente.....	42
4.7 Seguridad.....	43
V CONCLUSIONES.....	45
VI RECOMENDACIONES.....	47
VII REFERENCIAS.....	49
VIII ANEXOS.....	52

I INTRODUCCIÓN

1.1 REALIDAD PROBLEMÁTICA

Existen diversos casos empresariales en el mundo que se relacionan de manera significativa con las variables de este proyecto de investigación (Motivación laboral y atención al cliente).

Robbins & Coulter en su libro *“Administración”* hablan de un caso motivacional que aplica Wal-Mart, corporación multinacional de origen estadounidense la cual ha desarrollado un ritual motivacional que ayuda a unir a su fuerza de trabajo y refuerza la creencia del fundador Sam Walton en la importancia de sus empleados para el éxito de la empresa. En esta organización se ha establecido una propuesta de valor para sus clientes y socios, los cuales son el bajo precio de sus productos y un buen servicio.

A nivel nacional, una publicación del diario Gestión en el 2014 menciona a la compañía Interseguro, ubicada en el cuarto lugar como una de las mejores empresas para trabajar en América Latina, como capaz de crear un entorno y una cultura laboral basada en el crecimiento individual, el reconocimiento y la comunicación, herramientas importantes para sentirse motivado. Además la organización asume por completo programas de estudio y liderazgo para sus colaboradores, preparándolos continuamente para futuros retos. El pilar de la compañía se sintetiza bajo el lema *“CHISTRAS”*, acrónimo de compromiso, honestidad, innovación, espíritu de superación y trabajo en equipo.

Afe transportation S.A.C es una empresa de logística con más de 15 años de experiencia en el mercado, ofreciendo diversos servicios como la de Courier, almacenaje, mudanza, carga y packing center. La situación de la empresa es considerable estable sin embargo en el área de mensajería la falta de promover o establecer un programa motivacional permanente está generando que no se le atienda de la manera correcta al cliente, siendo también la infraestructura en algunos módulos de atención, la inadecuada. Por esta razón, determinaremos la relación que existe entre la motivación laboral y atención a los clientes, para que así esta herramienta pueda servir como base a futuras investigaciones o desarrollo de un plan empresarial.

1.2 TRABAJOS PREVIOS

En el mundo existen diversas aportaciones que se hicieron a lo largo de nuestro tiempo, con el fin de mostrar la importancia de estas dos variables que en la actualidad merece mucho enfoque para la búsqueda de competitividad en el mercado.

A nivel internacional se han realizado varios estudios sobre estas herramientas. Una de ellas fue la de Sac Chaj, Sandra (2013) en su tesis *“Motivación del Recurso Humano para mejorar el Servicio al Cliente en Importadoras de Electrodomésticos en la ciudad de Quetzaltenango”*, para obtener el grado académico de Licenciada en Administración por la Universidad Rafael Landívar – Guatemala. Dicha aportación tuvo como objetivo investigar en cada una de las empresas de electrodomésticos de la Ciudad de Quetzaltenango si usan la motivación y si su uso es el adecuado para mejorar el servicio al cliente. En esta investigación se aplicó el tipo descriptivo correlacional, factor que se trabajó con cierto plan de capacitación que se estableció en esta aportación, ya que el nivel motivacional de los trabajadores era muy bajo. Por lo tanto en base a todo lo realizado, se obtuvo como resultado que la implementación de la motivación a los trabajadores, contribuye significativamente a mejorar y fortalecer el nivel de servicio al cliente.

Aportación: Al momento de hacer las encuestas respectivas acorde a la muestra, se debe establecer un análisis de observación directa, ya que esta sirve como información adicional a la investigación.

Cabe mencionar también que Brune Orozco, Roxana (2013) en su tesis *“Motivación Laboral y su influencia en la atención al cliente del Área Comercial de Autoclima S.A. de la Ciudad de Guayaquil”*, para optar por el título de Psicología Industrial en la Universidad de Guayaquil – Ecuador. Dicha Investigación tuvo como objetivo analizar la influencia de la Motivación Laboral en la atención al cliente del Área Comercial de Autoclima S.A. En esta aportación se aplicó una investigación correlacional y se obtuvo como resultado que las dimensiones de la motivación se relacionan mucho con el servicio de atención al cliente, ya que en base a lo que se expresan los

trabajadores de la organización, indican que esta herramienta es primordial que lo desarrollen para que se le pueda atender mejor al cliente.

Aportación: Un mejor conocimiento y/o perspectiva que tiene el trabajador referente a estas variables, este enfoque también es parte relevante para la elaboración de esta investigación.

Ahora para Barrios Piñeyro, Valeria (2011) en su tesis *“Motivación en Recursos Humanos, Capacitación, Atención al Cliente y Servicio”*, para optar la licenciatura en Hotelería por la Universidad Abierta Interamericana – Argentina. Esta investigación tuvo dos fines, la primera fue corroborar que tanto influye la motivación y la capacitación en la atención al huésped y la última fue determinar los elementos más importantes que trae satisfacción al consumidor en el Hotel Viasui. El tipo de investigación que tiene esta aportación fue Correlacional, el cual concluyo que el mantener a un trabajador motivado, capacitado y con un buen nivel de comunicación se dará como efecto una buena atención a los consumidores. A la vez, en el momento de estar en un ambiente motivado generará en uno mismo las ganas por permanecer en ese lugar o puesto. También se pudo obtener como resultado que los huéspedes destacan mucho la atención y la predisposición que reciben en el momento que adquieren el servicio, esto incluye el que se pueda percibir la preocupación, ideas e inconvenientes surgidos durante su estadía.

Aportación: Contenido que amplía un poco más a conocimiento sobre las variables de este proyecto, cabe mencionar a la vez que atención al cliente es la finalidad que busca la investigación relacionado con la motivación.

A nivel nacional, también se realizaron investigaciones acerca de la motivación laboral y atención al cliente, una de ellas fue la de Subauste Arroyo, Rosa (2013) en su tesis *“Motivación en el área de atención al cliente de Emapa Cañete 2013 – San Vicente de Cañete”*, para obtener el título profesional de Ciencias Administrativas Contables en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Dicha aportación tuvo como objetivo realizar un cambio positivo en la motivación laboral dentro del área de atención al cliente de EMAPA CAÑETE S.A., además de que esto repercuta en toda la organización y sea en beneficio de sus clientes. El método de su investigación

es descriptivo, dicha aportación menciona como resultado, que se debe desarrollar actividades que generen y fortalezcan la integración de todos los trabajadores, además propuso que se debe ejecutar proyectos que busquen en ellos la fidelidad y así se pueda cumplir con un servicio de atención de calidad.

Aportación: Ciertos términos conceptuales que se tiene en cuenta para la elaboración de dicho proyecto, a la vez su enfoque es importante para que contribuya con esta investigación.

Ahora para Uceda Pintado, Indira (2013) en su tesis *“Influencia entre La Motivación Laboral y servicio al cliente externo en las Pollerías del distrito de La Victoria en la ciudad de Chiclayo”*, para optar el título de Licenciada en Administración de Empresas en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo – Chiclayo. Dicha investigación tuvo como fin determinar la influencia existente entre la motivación laboral y el servicio al cliente externo en las pollerías de dicho distrito. La investigación es de un campo descriptivo ya que se relaciona con la caracterización de la población en estudio en relación con las variables, dicha aportación obtuvo como resultado que el nivel de motivación que exista dentro de tu centro de trabajo influye en la atención a los clientes, siendo este entonces dependiente de la otra y viceversa. Ahora si bien ellos consideran su trabajo importante y se sienten totalmente comprometidos con el éxito del lugar donde laboran, aunque existe un porcentaje pequeño que se refiere a lo contrario, siendo este perjudicador para los consumidores.

Aportación: Idea que se tiene en cuenta en la parte esencial del desarrollo de nuestra investigación, el cual es, si existe un trabajador motivado y satisfecho por la empresa habrá un cliente satisfecho.

Otra investigación fue la de Pelaes León, Oswaldo (2010) en su tesis *“Relación entre la motivación y servicio de atención al cliente en una empresa de servicios telefónicos”*, para obtener el grado académico de Doctor en Ciencias Administrativas en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos – Lima. Esta aportación tuvo como objetivo principal determinar si existe una relación entre estas dos variables en la empresa Telefónica, de manera tal

que a medida que se eleve el nivel de motivación en la organización aumentarán los niveles de atención al cliente. El tipo de investigación de este proyecto es descriptivo correlacional, este a la vez dio como resultado que ambas variables se relacionan en niveles muy altos, y esto se debe a que si mejoran la relación entre compañeros, existe una buena dirección, te sientes seguro y estable, esto mejorara correlativamente a una mejor atención al cliente.

Aportación: Comprueba la correlación existente entre la motivación y la atención al cliente, a la vez propone ideas de mejora para la implementación de estas herramientas en una empresa.

1.3 TEORIAS RELACIONADAS AL TEMA

Según Robbins & Coulter, (2005) definen a la motivación laboral como el deseo de una persona de poder lograr los fines u objetivos organizacionales con gran esfuerzo, que gracias a ello podrá también satisfacer alguna necesidad individual. Aunque en términos generales, esta herramienta se basa al esfuerzo ejercido ante cualquier fin de la empresa y esto se debe porque este enfoque está referido en el comportamiento relacionado al trabajo.

En este contexto menciona tres elementos: el primero es la intensidad, cantidad de esfuerzo que el individuo pone en la realización de una función de su trabajo, vinculado mucho con el impulso, ya que una persona motivada se esforzara mucho más e inclusive la disposición definida como la capacidad y deseo de realizar una tarea específica aumentaría. Pero todo lo mencionado será poco probable si esto no se canaliza en una dirección que beneficie a la empresa. Este segundo elemento se define como la orientación del esfuerzo hacia el logro de los objetivos de la organización. Esto implica la elección de las actividades en las cuales el trabajador centrará su esfuerzo para alcanzar dicha meta. Para lograr todo este proceso es necesario tener en cuenta ciertos puntos, la capacitación, actividad importante del área de recursos humanos que se dedica en modificar y actualizar las destrezas de los trabajadores. Brindar información a sus trabajadores, comunicarle cuáles son tus objetivos a corto, mediano y largo plazo, ya que de esa manera no

solamente podrán conocerla sino también ejecutarla, porque se identificarán con ella y podrán empatizar con las intenciones que tiene la empresa. La orientación de un empleado hacia la organización en cuanto a su lealtad, identificación y participación en la organización es otro punto clave para el logro de metas. El tercer y último elemento es la persistencia, continuidad del esfuerzo a lo largo del tiempo, esto hace que el individuo supere los obstáculos que encuentre en su camino hacia el logro de la meta. La perseverancia es uno de los valores que se relaciona mucho con este elemento, ya que denota constancia en la manera de ser y obrar.

Más allá de estos elementos, el autor valora y rescata ciertos factores que tienen mucha relevancia para la permanencia en el trabajo. Uno de ellos es el reconocimiento, el cual es una atención personal, con búsqueda de aprobación y apreciación hacia un trabajo bien hecho. Las maneras pueden ser muchas, felicitar personalmente a un trabajador o también mandar una nota reconociendo algo positivo que el empleado haya hecho. Otro recurso son los ascensos, el cual es un paso de un puesto o categoría a otro más importante. En segundo lugar se tiene al incentivo económico, medio muy utilizado para lograr la satisfacción, motivación y productividad de los trabajadores. Pueden ser la remuneración, horas extras y bonos, es usado para incrementar el esfuerzo en base los requerimientos de la organización. Los trabajadores solo piden que este pago este acorde a sus funciones de trabajo que van a realizar. El último factor consiste en la seguridad, se relaciona mucho con las condiciones de trabajo e inclusive con el entorno que tengas en tu área, en base a ello, se debe tener una distribución física que permita al trabajador hallar mejores áreas de trabajo que sean más económicas y eficientes, cumpliendo a la vez criterios de comodidad para el personal que ejecutará el trabajo. El ambiente laboral, es otro medio necesario para tener un entorno agradable, donde puedan realizar sus funciones y en el que se favorezca la realización de las metas de la empresa, teniendo en cuenta también que las condiciones físicas en las que labore, ya sea ventilación, iluminación e infraestructura, etc., este determinara mucho que tan bien se sienta el personal en su trabajo.

Para Gonzales, (2006) la motivación es todo un procedimiento que parte de un fin a lograr o puede inclusive surgir de una necesidad a satisfacer, esto conllevara a impulsar la elaboración y mantenimiento de una actitud determinada. A la vez menciono que para un adecuado trabajo o actividad determinada, esta se debe basar en dos aspectos fundamentales: la capacidad que se vincula mucho con la personalidad y aptitudes que se necesita. El conocimiento la cual está relacionada con la experiencia y formación requerida.

Según García, (2007) las motivaciones son una consecuencia mental que nos impulsa a la acción e inclusive reacción en todas y cada una de las cosas que se estén realizando, incluyendo también los ámbitos de la vida en la humanidad. A la vez menciona que la necesidad es parte de nuestra supervivencia, pero a la vez es un bienestar.

Para Johnston & Marshall, (2009) definen a la atención al cliente como una potente y útil herramienta estratégica de mercadotecnia ya que actúa como dispositivo de control, recopilador y a su vez difusor de información tanto a la empresa como al cliente. Y esto se debe a que la persona que atiende está en mejor posición de entender sus necesidades y, a su vez, tiene más posibilidades de expresar las formas en que su producto o servicio beneficia al cliente.

Mencionados autores destacan tres factores importantes desde el punto de vista del vendedor. El primero es superar la expectativa del cliente, y es que poder lograr la satisfacción al grado de sorprenderlo es una vía segura para ganarse su fidelidad. Para lograr esto, se tiene en cuenta lo siguiente, el generar confianza es muy relevante para crear relaciones duraderas, esto significa que es posible creer en la promesa del vendedor, esto implica que el producto le sea entregado puntualmente y esté listo para su uso, es por ello que el seguimiento es un recurso importante tanto en la tramitación de los pedidos y al proceso de su entrega para asegurarse de que nada salga mal. En segundo lugar se tiene a la percepción que el vendedor tenga de estas expectativas, esto influirá bastante en la definición que hará de su papel dentro de la compañía y de su comportamiento en su centro de trabajo. Dicho factor está conformado por tres dimensiones: exactitud del rol, esta se refiere

a la medida en la cual el vendedor considera que sus funciones/actividades son apropiadas y coordinadas. Ambigüedad del rol, esto se presenta cuando los vendedores creen que no cuentan con la información necesaria para desempeñar su trabajo correctamente. Conflicto del rol, surge cuando un trabajador opina que las exigencias que dos o más personas imponen a la función, son incompatibles. Por lo tanto, no es posible que el vendedor las satisfaga todas de manera simultánea. Como último factor se tiene a la satisfacción de los vendedores, ya que a este se refiere cualquier característica gratificante y plena, el cual influirá a una motivación que se verá refleja en un mejor desempeño. Esto se ejecutara de una manera adecuada si se tiene en cuenta lo siguiente: la premiación, recurso importante que se da cuando un trabajador cumple una meta de la empresa. Compañeros de trabajo, factor importante del entorno laboral, ya que mantener una buena relación con ellos, es necesario para sentirte cómodo y a la vez trabajar mejor en equipo. Comisiones, medio de pago que busca incrementar el esfuerzo de tus trabajadores para alcanzar metas específicas, Clientes, conocer sus necesidades, escuchar sus quejas/sugerencias y dar tu opinión, estos recursos son importantes para estar satisfecho.

Según Pérez, (2006) esta herramienta es parte fundamental y necesaria para todos los servicios que se le brinde al cliente, esta gran herramienta de marketing hace que se relacione con la reputación del producto, imagen, precio e inclusive el servicio que recibe. A la vez menciona que toda organización debe tener fuentes de información sobre sus clientes y a la vez de sus comportamientos, esto tiene como finalidad conocer sus necesidades y expectativas las cuales nos llevaran a desarrollar estrategias corporativas para poder fidelizar a nuestros clientes.

Dicho autor asegura también, que uno de los principios más principales de la atención al cliente, es la calidad. Todo valor agregado que diferencie tu atención debe estar dirigido a la satisfacción, el cual esta debe ser garantizada en tiempo, precio, calidad y cantidad.

Para Paz, (2007) la atención al cliente es una herramienta de mercadotecnia, pero que no solo se usa para minimizar errores, sino también para establecer un mecanismo de mejora continua para la organización. Es por ello que su finalidad es elevar el nivel de satisfacción al cliente, la cual se relaciona mucho con lo que espera el cliente y la percepción de ello.

La percepción es un proceso mental que se vincula con la información que se le ha dado, con el fin de poder interpretarlo. La expectativa es cuando una persona cree o piensa que debería ocurrir, está condicionado por experiencias anteriores y referencias externas.

En ese libro también se habló de la percepción global, el cual se basa en una comparación de la empresa con otras. Estas tienen ciertos elementos, la primera llamada elemento tangible, el cual básicamente es el personal que le atiende. Y el segundo es el elemento intangible que se traduce en términos de confiabilidad y fiabilidad.

Para Escudero, (2012) la atención al cliente es un conjunto de actividades que generan un valor agregado, el cliente siempre esperara algo más antes de adquirir dicho bien. Existen rasgos que siempre bordean al producto, algunos de esto son, la demostración de tu bien, la orientación al cliente sobre alternativas que existe sobre otras marcas, brindarle soluciones y reparaciones rápidas, pero sobre todo menciona que la comunicación es clave para desarrollar esta estrategia de forma garantizada ya que estos nos sirve para aumentar nuestros clientes, motivar a los trabajadores y darles a conocer los objetivos de la organización.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

➤ GENERAL

- ¿De qué manera la motivación laboral se relaciona con la atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016?

➤ ESPECIFICOS

- ¿De qué manera la **intensidad** se relaciona con la atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016?
- ¿De qué manera la **dirección** se relaciona con la atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016?
- ¿De qué manera la **persistencia** se relaciona con la atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016?
- ¿De qué manera el **reconocimiento** se relaciona con la atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016?
- ¿De qué manera el **incentivo económico** se relaciona con la atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016?
- ¿De qué manera la **seguridad** se relaciona con la atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016?

1.5 JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

➤ TEÓRICA

En base a mi teórico referencial, servirá para investigaciones futuras en las que se estudiaran los ciertos niveles de motivación y la atención al cliente. Esto se podría profundizar mediante talleres, cursos de capacitación, así como también plantear y desarrollar un programa de incentivos para el profesional, contribuyendo así en la mejora del desarrollo personal y la calidad de atención.

➤ **PRÁCTICA**

Este proyecto permitirá que la empresa AFE TRANSPORTATION S.A.C desarrolle estrategias motivacionales a sus trabajadores, este con el fin de que atiendan mejor a sus clientes. Esto tendrá como consecuencia que tus ventas aumenten, fidelización de los empleados y desarrollo de una mejor imagen corporativa tanto interna como externa.

➤ **SOCIAL**

Será una herramienta importante para poder motivar a los trabajadores que pertenecen a la organización en estudio, ya que en la actualidad es uno de los problemas más graves que esta tiene, siendo la renuncia constante uno de los factores negativos de AFE TRANSPORTATION S.A.C.

➤ **METODOLÓGICA**

El proyecto retribuye en la adaptación de un instrumento, el cual me dará información verídica sobre la relación de la motivación laboral que permita una mejor atención al cliente. Además, se tendrá los diferentes impulsos que llevan a los seres humanos a trabajar mejor, no siempre enfocándose únicamente en la parte económica o por la necesidad del reconocimiento.

1.6 HIPOTESIS

➤ **GENERAL**

- La motivación laboral se relaciona significativamente con la atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016.

➤ **ESPECIFICOS**

- La **intensidad** se relaciona significativamente con la atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016.

- La **dirección** se relaciona significativamente con la atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016.
- La **persistencia** se relaciona significativamente con la atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016.
- El **reconocimiento** se relaciona significativamente con la atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016.
- El **Incentivo económico** se relaciona significativamente con la atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016.
- La **seguridad** se relaciona significativamente con la atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016.

1.7 OBJETIVOS

➤ GENERAL

- Determinar la relación que existe entre la motivación laboral y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016.

➤ ESPECIFICOS

- Determinar la relación que existe entre la **intensidad** y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016.

- Determinar la relación que existe entre la **dirección** y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016.
- Determinar la relación que existe entre la **persistencia** y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016.
- Determinar la relación que existe entre el **reconocimiento** y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016.
- Determinar la relación que existe entre el **Incentivo económico** y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016.
- Determinar la relación que existe entre la **seguridad** y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016.

II MÉTODO

2.1 TIPO

Descriptivo Correlacional, según Bernal, (2000) describirán las características, rasgos y ciertas atribuciones del grado de relación que existe entre dos o más variables.

2.2 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

No Experimental, Transversal. Según Bernal (2000), no se manipulan deliberadamente variables (o acciones). En esta aportación, el investigador observara los fenómenos tal como se dan en su contexto natural y en un solo momento, para después analizarlos.

2.3 VARIABLES, OPERACIONALIZACIÓN

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	N° ITEMS	ESCALA
Motivación Laboral (variable 1)	Robbins & Coulter, (2005) definen a la motivación como el deseo de una persona de poder lograr los fines u objetivos organizacionales con gran esfuerzo, que gracias a ello podrá también satisfacer alguna necesidad individual.	En esta oportunidad, la variable 1 será medida mediante un cuestionario de preguntas cerradas, cuyo instrumento será la Escala de Lickert.	Intensidad	Esfuerzo	1,2	Ordinal
				Disposición	3,4	Ordinal
			Dirección	Capacitación	5,6	Ordinal
				Información	7,8	Ordinal
				Orientación	9,10	Ordinal
			Persistencia	Superación	11,12	Ordinal
				Perseverancia	13,14	Ordinal
			Reconocimiento	Felicitaciones	15,16	Ordinal
				Ascensos	17,18	Ordinal
			Incentivo Económico	Remuneración	19,20,21	Ordinal
				Pago de horas extras	22	Ordinal
				Pago de bonos	23	Ordinal
Seguridad	Distribución física	24,25	Ordinal			
	Ambiente laboral	26,27,28	Ordinal			
	Condición física	29,30	Ordinal			
Atención al Cliente (variable 2)	Johnston & Marshall, (2009) definen a la atención al cliente como una potente y útil herramienta estratégica de mercadotecnia ya que actúa como dispositivo de control, recopilador y a su vez difusor de información tanto a la empresa como al cliente.	En esta oportunidad, la variable 2 será medida mediante un cuestionario de preguntas cerradas, cuyo instrumento será la Escala de Lickert.	Expectativa	Confianza	1,2,3,4	Ordinal
				Seguimiento	5,6	Ordinal
				Puntualidad	7,8,9	Ordinal
			Percepción	Exactitud	10,11,12	Ordinal
				Ambigüedad	13,14,15	Ordinal
				Conflicto	16,17,18	Ordinal
			Satisfacción	Premiación	19,20,21	Ordinal
				Compañeros de trabajo	22,23,24	Ordinal
				Comisiones	25,26,27	Ordinal
				Clientes	28,29,30	Ordinal

2.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

▪ POBLACIÓN

La empresa en estudio, AFE TRANSPORTATION S.A.C, cuenta en el área de mensajería con una población de 48 trabajadores.

▪ MUESTRA

El tipo será Censo, ya que se usara el 100% de la población, según Tamayo & Tamayo este modo recoge un censo en su totalidad de personal adscrito al estudio de una investigación.

2.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS, VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

▪ TÉCNICA

Sera la encuesta, el cual según Bernal, (2000) esta técnica se fundamenta en una cierta cantidad de preguntas que se preparan con el propósito de obtener información.

▪ INSTRUMENTO

El instrumento para la recolección de datos corresponde al cuestionario a través de la escala de Lickert el cual especifica 5 alternativas representada por una numeración: Totalmente de acuerdo (5), De acuerdo (4), Ni de acuerdo ni en desacuerdo (3), En desacuerdo (2) y Totalmente en desacuerdo (1).

▪ VALIDEZ

Según Bernal (2000, p. 213), la validez es el nivel donde el instrumento de recolección de datos mide las variables que se pretende medir.

Para muestra de ello, se mencionara la valoración cuantitativa y cualitativa de los informantes hacia el instrumento utilizado para la investigación.

INFORMANTES	VALORACIÓN CUANTITATIVA	VALORACIÓN CUALITATIVA
Mg. Fernando Luis, Márquez Caro.	75%	Muy bueno
Dr. Raúl Delgado Arenas.	70%	Muy bueno
Mg. Marco Antonio Candía Menor.	75%	Muy bueno
Dr. Cesar Cifuentes La Rosa.	75%	Muy bueno
Dr. Federico Alfredo Suasnabar Ugarte.	75%	Muy bueno

Fuente: Informe de opinión de expertos del instrumento de investigación

▪ **CONFIABILIDAD**

Según Bernal (2000, p. 213), es la capacidad cuando un mismo instrumento de recolección de datos produce resultados iguales o similares en diversas oportunidades.

Se utilizó el Alfa de Cronbach para la confiabilidad de la investigación de ambas variables, teniendo en cuenta los siguientes criterios:

- Alta confiabilidad (0.9 a 1)
- Fuerte confiabilidad (0.76 a 0.89)
- Moderada confiabilidad (0.5 a 0.75)
- Baja confiabilidad (0.01 a 0.49)
- No es confiable (-1 a 0)

Variable 1: MOTIVACIÓN LABORAL

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.887	30

Fuente: IBM SPSS 22

Variable 2: ATENCIÓN AL CLIENTE

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.864	30

Fuente: IBM SPSS 22

2.6 MÉTODOS DE ANALISIS DE DATOS

La presente investigación usara el programa estadístico SPSS versión 22 (software) y será trabajado de acuerdo a los criterios de la estadística inferencial.

2.7 ASPECTOS ÉTICOS

Se tendrá en cuenta el consentimiento previo de los trabajadores para participar, tomándose en cuenta todos los aspectos establecidos.

También se determinara la factibilidad de estudiar al fenómeno en cuestión, eso si se cuenta con los recursos necesarios para la misma y se tiene el consentimiento informado de las personas que están implicadas en la investigación.

III RESULTADOS

Si la tabla 1, se observa de forma independiente, se podría afirmar que la motivación laboral y la atención al cliente son buenos en un 54.2% y 52.1% respectivamente.

Sin embargo, el objetivo general es determinar la relación que existe entre la motivación laboral y atención a los clientes de la empresa Afe Transportation S.A.C – Surquillo 2016; siendo los resultados una prueba necesaria para decir que cuando la motivación laboral es muy bueno, la atención al cliente también es muy bueno en un 20.8% e inclusive si la variable 1 fuera bueno la variable 2 también sería bueno en un 33.3%. En el otro extremo se tiene cuando la motivación laboral es regular, la atención al cliente también es regular en un 2.1%.

Además, tenemos como hipótesis general que la motivación laboral se relaciona significativamente con la atención a los clientes de la empresa Afe Transportation S.A.C – Surquillo 2016; hipótesis que es confirmada por la prueba estadística Rho Spearman que nos muestra un coeficiente de relación de 0.664 con un nivel de significancia bilateral de 0.000; esto quiere decir que, si se confirma la hipótesis de que existe correlación entre ambas variables. En valores porcentuales el índice de correlación nos expresa que existe un 66.4% entre la motivación laboral y atención al cliente, que podría calificarse como un nivel de correlación moderada.

Tabla N° 1					
MOTIVACIÓN LABORAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE				Total	Rho Spearman
MOTIVACIÓN LABORAL (V1)	ATENCIÓN AL CLIENTE (V2)				
	Regular	Bueno	Muy Bueno		
Regular	2.1%	14.6%	4.2%	20.8%	Rho = 0.664**
Bueno	2.1%	33.3%	18.8%	54.2%	
Muy Bueno	0.0%	4.2%	20.8%	25.0%	Sig. (bilateral) = 0.000
Total	4.2%	52.1%	43.8%	100.0%	

Fuente: IBM SPSS 22

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

Intensidad

Considerando a la intensidad como una dimensión de la variable motivación laboral, se tiene que el 50.0% de los empleados encuestados nos dicen que la intensidad es muy bueno y a la vez un 20.8% como malo.

El primer objetivo específico de la investigación es determinar la relación que existe entre la intensidad y atención a los clientes de la empresa Afe transportation S.A.C – Surquillo 2016; la tabla N° 02 nos muestra que cuando la intensidad en los trabajadores es muy bueno, la atención al cliente es disperso con un 2.1% regular, 18.8% bueno y 29.2% muy bueno.

Por otra parte considerando la primera hipótesis específica: “La intensidad se relaciona significativamente con la atención a los clientes de la empresa Afe transportation S.A.C – Surquillo 2016, se tiene que los resultados de la prueba estadística Rho de Spearman con un coeficiente de correlación $Rho = 0.470$ y una Sig. Bilateral = 0.001 que nos expresa que existe correlación entre estas dos variables, en valores porcentuales nos expresa que existe un 47% entre la intensidad y atención al cliente, que podría calificarse como un nivel de correlación débil.

Tabla N° 2					
INTENSIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE				Total	Rho Spearman
INTENSIDAD (D1V1)	ATENCIÓN AL CLIENTE (V2)				
	Regular	Bueno	Muy Bueno		
Muy Malo	0.0%	8.3%	2.1%	10.4%	Rho = 0.470**
Malo	2.1%	16.7%	2.1%	20.8%	
Regular	0.0%	4.2%	4.2%	8.3%	
Bueno	0.0%	4.2%	6.3%	10.4%	Sig. (bilateral) = 0.001
Muy Bueno	2.1%	18.8%	29.2%	50.0%	
Total	4.2%	52.1%	43.8%	100.0%	

Fuente: IBM SPSS 22

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

Dirección

Teniendo en cuenta la relación entre dirección y atención al cliente, se tiene que el 79.2% de los empleados encuestados nos expresan que la dirección es muy bueno, seguido de un 14.6% que consideran que la dirección es bueno y el 6.3% que indica que es regular.

El segundo objetivo específico de la investigación es determinar la relación que existe entre la dirección y atención a los clientes de la empresa Afe transportation S.A.C – Surquillo 2016; la tabla N° 03 nos muestra que cuando la dirección es muy buena, la atención al cliente es disperso con un 4.2% regular, 37.5% bueno y muy bueno. Es necesario señalar también que cuando la dirección es bueno en el 10.4% también es bueno la atención al cliente.

Por otro lado, se tiene los resultados de la prueba estadística Rho de Spearman con un coeficiente de correlación $Rho = 0.141$ y una Sig. Bilateral = 0.339 que nos expresa que no existe correlación significativa entre estas dos variables. Considerando la escala de las categorías para la correlación tendríamos que calificar el resultado obtenido como una correlación escasa o nula; es decir, que esta dimensión y la variable 2 son independientes.

Tabla N° 3					
DIRECCIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE				Total	Rho Spearman
DIRECCIÓN (D2V1)	ATENCIÓN AL CLIENTE (V2)				
	Regular	Bueno	Muy Bueno		
Regular	0.0%	4.2%	2.1%	6.3%	Rho = 0.141
Bueno	0.0%	10.4%	4.2%	14.6%	
Muy Bueno	4.2%	37.5%	37.5%	79.2%	Sig. (bilateral) = 0.339
Total	4.2%	52.1%	43.8%	100.0%	

Fuente: IBM SPSS 22

Persistencia

Considerando a la persistencia como una dimensión de la variable motivación laboral, se tiene que los resultados obtenidos muestran una distribución dispersa en cuatro categorías de las cuales el 54.2% de los trabajadores encuestados nos dicen que la persistencia es muy bueno, seguido de un 31.3% que consideran que esta dimensión es bueno. En los demás se tiene a los empleados que opinan en un 10.4% que la persistencia es regular y en un 4.2% opina que es malo.

El tercer objetivo específico de la investigación es determinar la relación que existe entre la persistencia y atención a los clientes de la empresa Afe transportation S.A.C – Surquillo 2016; la tabla N° 04 nos muestra que cuando esta dimensión es mala, la atención al cliente es regular y bueno en un 2.1%. En cambio cuando se tiene que la persistencia es muy buena en un 54.2%, la atención al cliente es bueno en el 18.8% y es muy bueno en el 35.4%. Y finalmente cuando la persistencia es bueno entre los trabajadores en el 31.3%, la atención al cliente es regular en un 2.1%, bueno es 22.9% y muy bueno en un 6.3%.

Por otro lado se demuestra la hipótesis, el cual se refiere a que si la persistencia se relaciona significativamente con la atención a los clientes de la empresa Afe

transportation S.A.C – Surquillo 2016, a través del resultado de la prueba estadística Rho de Spearman que tiene un coeficiente de correlación $Rho = 0.517$ y una Sig. Bilateral = 0.000 que nos expresa que se tiene una correlación significativa. Considerando una escala de cuatro categorías para calificar la correlación, el resultado es que se tiene una correlación moderada entre la persistencia y la atención a los clientes.

Tabla N° 4					
PERSISTENCIA Y ATENCIÓN AL CLIENTE				Total	Rho Spearman
PERSISTENCIA (D3V1)	ATENCIÓN AL CLIENTE (V2)				
	Regular	Bueno	Muy Bueno		
Malo	2.1%	2.1%	0.0%	4.2%	Rho = 0.517**
Regular	0.0%	8.3%	2.1%	10.4%	
Bueno	2.1%	22.9%	6.3%	31.3%	Sig. (bilateral) = 0.000
Muy Bueno	0.0%	18.8%	35.4%	54.2%	
Total	4.2%	52.1%	43.8%	100.0%	

Fuente: IBM SPSS 22

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

Reconocimiento

Como se sabe esta dimensión es parte de la variable motivación laboral, se tiene que el 47.9% de los trabajadores encuestados nos dicen que el reconocimiento es bueno y a la vez un 22.9% como regular.

El cuarto objetivo específico de la investigación es determinar la relación que existe entre el reconocimiento y atención a los clientes de la empresa Afe transportation S.A.C – Surquillo 2016; la tabla N° 05 nos muestra que cuando el reconocimiento en los trabajadores es bueno, la atención al cliente es disperso con un 2.1% regular, 31.3% bueno y 14.6% muy bueno.

Por otra parte considerando la cuarta hipótesis específica: “El reconocimiento se relaciona significativamente con la atención a los clientes de la empresa Afe transportation S.A.C – Surquillo 2016, se tiene que los resultados de la prueba

estadística Rho de Spearman con un coeficiente de correlación $Rho = 0.530$ y una Sig. Bilateral = 0.000 que nos expresa que existe correlación entre estas dos variables, en valores porcentuales nos expresa que existe un 53% entre el reconocimiento y atención al cliente, que podría calificarse como un nivel de correlación moderado.

Tabla N° 5					
RECONOCIMIENTO Y ATENCIÓN AL CLIENTE				Total	Rho Spearman
RECONOCIMIENTO (D4V1)	ATENCIÓN AL CLIENTE (V2)				
	Regular	Bueno	Muy Bueno		
Regular	2.1%	14.6%	6.3%	22.9%	Rho = 0.530**
Bueno	2.1%	31.3%	14.6%	47.9%	
Muy Bueno	0.0%	6.3%	22.9%	29.2%	Sig. (bilateral) = 0.000
Total	4.2%	52.1%	43.8%	100.0%	

Fuente: IBM SPSS 22

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

Incentivo económico

Teniendo en cuenta la relación entre incentivo económico y atención al cliente, se tiene que el 47.9% de los empleados encuestados nos transmiten que el incentivo económico es regular, seguido de un 37.5% que consideran que esta dimensión es bueno y el 8.3% que indica que es malo.

El quinto objetivo específico de la investigación es determinar la relación que existe entre el incentivo económico y atención a los clientes de la empresa Afe transportation S.A.C – Surquillo 2016; la tabla N° 06 nos muestra que cuando el incentivo económico en los trabajadores es bueno, la atención al cliente es disperso con un 2.1% regular, 12.5% bueno y 22.9% muy bueno. Así también, cuando lo consideran regular, la variable 2 es tratado como 2.1% regular, 29.2% bueno y 16.7% muy bueno.

Por otra parte considerando la quinta hipótesis específica: “El incentivo económico se relaciona significativamente con la atención a los clientes de la empresa Afe transportation S.A.C – Surquillo 2016, se tiene que los resultados de la prueba estadística Rho de Spearman con un coeficiente de correlación $Rho = 0.590$ y una Sig. Bilateral = 0.000 que nos expresa que existe correlación entre estas dos variables, en valores porcentuales nos expresa que existe un 59% entre esta dimensión y la variable 2, que podría calificarse como un nivel de correlación moderado.

Tabla N° 6					
INCENTIVO ECONÓMICO Y ATENCIÓN AL CLIENTE				Total	Rho Spearman
INCENTIVO ECONÓMICO (D5V1)	ATENCIÓN AL CLIENTE (V2)				
	Regular	Bueno	Muy Bueno		
Malo	0.0%	8.3%	0.0%	8.3%	Rho = 0.590**
Regular	2.1%	29.2%	16.7%	47.9%	
Bueno	2.1%	12.5%	22.9%	37.5%	Sig. (bilateral) = 0.000
Muy Bueno	0.0%	2.1%	4.2%	6.3%	
Total	4.2%	52.1%	43.8%	100.0%	

Fuente: IBM SPSS 22

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

Seguridad

Considerando la relación entre seguridad y atención al cliente, se tiene que el 56.3% de los trabajadores encuestados nos dicen que la seguridad en su centro de trabajo es buena, seguido de un 33.3% que consideran que esta dimensión es muy buena.

El sexto objetivo específico de esta investigación es determinar la relación que existe entre la seguridad y atención a los clientes de la empresa Afe transportation S.A.C – Surquillo 2016; la tabla N° 07 nos muestra que cuando la seguridad para los empleados es bueno, la atención al cliente es disperso con un 4.2% regular, 35.4% bueno y 16.7% muy bueno.

Por otra parte considerando la sexta hipótesis específica: “La seguridad se relaciona significativamente con la atención a los clientes de la empresa Afe transportation S.A.C – Surquillo 2016, se tiene que los resultados de la prueba estadística Rho de Spearman con un coeficiente de correlación $Rho = 0.617$ y una Sig. Bilateral = 0.000 que nos expresa que existe correlación entre ambas variables, en valores porcentuales nos expresa que existe un 61.7% entre la seguridad y la atención al cliente, que podría calificarse como un nivel de correlación moderado.

Tabla N° 7					
SEGURIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE				Total	Rho Spearman
SEGURIDAD (D6V1)	ATENCIÓN AL CLIENTE (V2)				
	Regular	Bueno	Muy Bueno		
Malo	0.0%	2.1%	0.0%	2.1%	Rho = 0.617**
Regular	0.0%	8.3%	0.0%	8.3%	
Bueno	4.2%	35.4%	16.7%	56.3%	Sig. (bilateral) = 0.000
Muy Bueno	0.0%	6.3%	27.1%	33.3%	
Total	4.2%	52.1%	43.8%	100.0%	

Fuente: IBM SPSS 22

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

IV DISCUSIÓN

Esta investigación tiene como objetivo general, determinar la relación que existe entre la motivación laboral y atención a los clientes, además de ello, se utilizó las dimensiones de la variable uno, como recurso importante para establecer la relación que tiene con la variable dos en el área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C – Surquillo 2016.

Tanto el instrumento usado en este proyecto como los resultados son válidos, y como muestra de ello se tiene que, en primer lugar esta investigación tuvo cinco expertos en el tema que dieron su validez al instrumento de investigación, considerándolo en valores cualitativos como muy bueno. En segundo lugar, se tiene a la confiabilidad de ambas variables y es que en base a los criterios del alfa de Cronbach, estas son consideradas fuertes, viéndose reflejado en términos porcentuales con las siguientes cantidades: Motivación laboral 88.7% y Atención al cliente 86.4%. Y como último tenemos, a la prueba piloto, recurso necesario y a la vez importante que se utilizó con el fin de comprobar ciertas cuestiones que se tenía, la cuales sirvieron a la vez para avanzar con el desarrollo de este proyecto.

Respecto al método y a los análisis realizados, creo que son los adecuados, pero cada persona puede tener una crítica o un análisis diferente a lo desarrollado, cosa que es normal, ya que a veces uno cuando realiza algo, nunca termina de satisfacer a todas las personas. La limitación que se tuvo fue el poco tiempo que le podían dedicar a la encuesta, y es que la gran mayoría de personal que salía ya no regresaba hasta el siguiente día. Si bien es una encuesta de 60 preguntas, 30 por cada variable, la solución fue la siguiente: en la prueba piloto se encuestó a 10 trabajadores, y se trabajó en dos días, cada encuesta por cada uno de ellos, los resultados fueron positivos, es por ello, que a la semana siguiente para completar la muestra, se encuestó, lunes/martes a 12, miércoles/jueves a 13 y viernes/sábado a 13. Entonces en base a todo lo mencionado, es posible confiar en los resultados que se ha obtenido, a pesar de la limitación que se tuvo.

Ahora, teniendo en cuenta otros contextos, se puede generalizar las variables de esta investigación, ya que son temas globales actuales que algunas empresas aplican con el fin de seguir mejorando. Por otro lado, la población en estudio es de una empresa de servicios, pero creo que esto, puede ser usado también por entidades que ofrezcan bienes. Y con respecto a los resultados de este proyecto, sirve para aportar a sus investigaciones e incluirlas en sus antecedentes, siendo necesario la comparación de resultados y el análisis de cada uno de los investigadores.

4.1 Motivación laboral y Atención al cliente

Del análisis de los resultados de este estudio se puede afirmar que, cuando la motivación laboral es bueno, la atención al cliente también es bueno en un 33%, siendo este el porcentaje mayor al 20.8%, el cual considera que cuando la motivación en el trabajo es muy bueno, la atención al cliente también es muy bueno.

La presente investigación tiene que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre la motivación laboral y atención al cliente es de 0.664. Mientras que para Sac (2013), a través de la misma prueba estadística que se utilizó en el presente proyecto, nos expresa que existe correlación entre ambas variables, con un coeficiente de 0.793. En comparación al resultado de esta investigación, se puede identificar que el autor menciona algunos indicadores que si bien no se han desarrollado en esta investigación, han hecho que la relación entre ambas variables sea mejor, estas son las actividades sociales y la buena presentación hacia el cliente, los cuales sus índices de correlación están en un 0.767 y 0.781 respectivamente. En base a estos indicadores, es necesario que empresas desarrollen una mejora continua, en el trabajo en equipo y el ambiente laboral, esto con el fin de que ellos brinden un servicio eficiente al cliente y así de esta manera ambas partes salgan beneficiadas. En el proyecto de Brune (2013), el coeficiente de correlación entre la motivación del recurso humano y la atención al cliente es de 0.655. En comparación al resultado de esta investigación, se menciona al liderazgo, el cual su índice de correlación es de un 0.698,

si bien en este proyecto no se profundizó ampliamente, en el cuestionario se destacó algunas preguntas sobre las iniciativas que el jefe inmediato pudiera tener respecto a la seguridad del trabajador siendo el resultado bueno en un 0.563. Se concluye, que el liderazgo es una herramienta importante para ser analizada y profundizada en cualquier investigación, ya que, tiene una buena relación con la motivación, siendo esto necesario para que puedan atender mejor al cliente. Para Barrios (2011), a través de la prueba estadística Rho de Spearman de su investigación, nos expresa que existe correlación entre ambas variables, siendo en un 0.674. En comparación al resultado de este proyecto, discrepo que la capacitación sea uno de los efectos principales a una buena atención a los consumidores, siendo el índice de correlación de 0.771, pero es entendible por que el problema, pasa en que el 100% de los empleados no conoce el manual de organización y funciones. Es recomendable profundizar temas como la persistencia (0.517 de correlación con la atención al cliente), el cual se relaciona con la perseverancia y superación del desempeño a lo largo del tiempo. En la investigación de Subauste (2013), el coeficiente de correlación a través de la prueba estadística Rho de Spearman entre la motivación del personal y la atención al cliente es de 0.747. En comparación al resultado de esta investigación, hay indicadores que si bien no se han desarrollado en este proyecto, hicieron que la relación entre ambas siga siendo moderada pero con un porcentaje más elevado, estas son relación con tu jefe y compañeros de trabajo, elementos los cuales sus índices de correlación están en un 0.774 y 0.768 respectivamente. En base a todo ello, la importancia que tiene las relaciones interpersonales son necesarias para fortalecer la integración de todos los trabajadores, además se debe ejecutar proyectos que busquen en ellos la fidelidad y así se pueda cumplir con un servicio de atención de calidad. En el proyecto de Uceda (2013), el coeficiente de correlación entre la motivación laboral y la atención al cliente es de 0.782. En comparación al resultado de este proyecto, se resalta mucho la satisfacción del personal con una correlación Rho Spearman de 0.775, que si bien no se ha desarrollado

mucho en esta investigación, es un objetivo de mucha relación con la motivación para que se dé una adecuada atención. No obstante se recomienda que esta satisfacción sea canalizada con los objetivos de la organización, a través de charlas de empoderamiento, o capacitaciones. Por ultimo tenemos a Pelaes (2010), que a través de la prueba estadística Pearson, nos expresa que existe correlación entre ambas variables, es de 0.773. En comparación de este proyecto, se destaca la idea de los reajustes remunerativos, herramienta que considera se puede direccionar el esfuerzo a la organización en un 0.791. Destaca a la vez el uso de Manual de Organización y Funciones, herramienta que tiene una correlación con la atención al cliente de 0.631, siendo un resultado lógico, ya que en la gran mayoría de las organizaciones, no se promueve mucho esa información a los trabajadores. Siendo para la muestra de la presente investigación, solo el 12.5% conoce del manual de la empresa. Se puede decir, un empleado para que cumpla con sus funciones de la manera adecuada debe poner la empresa a conocimiento el Manual de Organización y funciones, esto con el fin de delinear con mayor claridad las líneas de mando o de comunicación.

4.2 INTENSIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Respecto al análisis de los resultados de esta investigación se puede afirmar que, cuando la intensidad es muy bueno, la atención al cliente también es muy bueno en un 29.2%, siendo este el porcentaje mayor al 18.8%, el cual considera que cuando la intensidad es muy bueno, la atención al cliente es bueno.

El presente proyecto se tiene que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre la intensidad y atención al cliente es de 0.470. Mientras que para Brune (2013), a través de la misma prueba estadística que se utilizó en la presente investigación, nos expresa que existe correlación entre esta dimensión con la atención al cliente, con un coeficiente de 0.536. En comparación al resultado de este aporte, se puede identificar que, el autor menciona al igual que en la presente investigación a la disposición como un recurso importante que el

trabajador debería mostrar pese a que su índice de correlación este en un 0.338. No obstante el autor considera a la fuerza de trabajo como un indicador a profundizar en futuras investigaciones, el cual es una idea importante ya que deriva de esta dimensión. Por lo tanto, es necesario que las organizaciones y los investigadores, tengan en cuenta que estos indicadores (disposición y fuerza de trabajo), son interesantes y que son temas que se les podría dar un mayor enfoque, esto con el fin de que puedan realizar mejor su trabajo.

4.3 DIRECCIÓN Y ATENCIÓN AL CLIENTE

La presente investigación tiene que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre la dirección y atención al cliente es de 0.141. Siendo considerada en la categoría como una relación escasa o nula.

No obstante, se puede realizar una comparación con sus indicadores, recurso necesario que se encuentra en nuestro antecedentes. Una de ellas es la de Barrios (2011), el cual nos habla de la capacitación, pero proveniente de una dimensión diferente, esta vez de orientación, teniendo como correlación de Spearman con la atención al cliente de 0.637. Mientras que para Uceda (2013), se identificó a la capacitación, pero también a la información, teniendo estas una correlación de 0.701 y 0.688 respectivamente, siendo su dimensión la comunicación. En base a lo mencionado, es necesario decir que los indicadores se relacionan de alguna manera con la atención a los clientes, lo que se sugiere es que en próximos estudios, se relacione mejor este indicador con su dimensión, este con el fin de mejorar la relación de la motivación laboral con la atención al cliente.

4.4 PERSISTENCIA Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Respecto al análisis de los resultados de este estudio se puede afirmar que, cuando la persistencia es muy bueno, la atención al cliente también es muy bueno en un 35.4%, siendo este el porcentaje mayor al 22.9%, el cual considera que cuando la persistencia es bueno, la atención al cliente también es bueno.

El presente proyecto tiene que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre la persistencia y atención al cliente es de 0.517. Mientras que para Sac (2013), a través de la misma prueba estadística que se utilizó en la presente investigación, nos expresa que existe correlación entre persistencia y atención al cliente, con un coeficiente de 0.693. En comparación al resultado de este aporte, se puede identificar un indicador que también menciona el autor, pero a la vez que se resalta, esto es la mejora continua que si bien tiene como coeficiente de correlación 0.307. En base a todo ello, se puede mencionar que esta actitud puede ser parte de una iniciativa importante que busque sacar lo mejor de cada empleado, esto con el fin de ofrecer el servicio de una mejor manera para que el cliente se sienta satisfecho.

4.5 RECONOCIMIENTO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Del análisis de los resultados de esta investigación se puede afirmar que, cuando el reconocimiento es bueno, la atención al cliente también es bueno en un 31.3%, siendo este el porcentaje mayor al 22.9%, el cual considera que cuando el reconocimiento es muy bueno, la variable 2 también es muy bueno.

La presente investigación tiene que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre el reconocimiento y atención al cliente es de 0.530. En aportación de Sac (2013) a través de la misma prueba estadística que se utilizó en el presente proyecto, nos expresa que existe correlación entre reconocimiento y atención al cliente, con un coeficiente de 0.593. En comparación al resultado de este proyecto, se ha podido obtener la correlación de Spearman respecto a unos de los indicadores a mejorar en la empresa en estudio y son las felicitaciones el cual es 0.192. No obstante el autor menciona otro indicador a considerar, como los cupones de descuento, siendo esto considerado como un recurso alternativo pero no reemplazable, ya que te feliciten por una meta cumplida, te motiva más. En conclusión creo que felicitar a un empleado por su trabajo realizado influirá mucho en cuanto a sentirse motivado, siendo

esto garantiza de que seguirá atendiendo mejor al cliente. Para Brune (2013), a través de la prueba estadística Rho Spearman asegura que existe una correlación de ambas variables de 0.562. Se puede hallar que dicho autor destaca a las felicitaciones y ascensos con una correlación significativa de 0.614 y 0.535 respectivamente, siendo consideradas en la empresa de estudio como moderada, cosa que en el presente proyecto, el coeficiente de correlación de los ascensos en base al trabajo destacado que tiene cada empleado es de 0.242, En base a ello es necesario que las organizaciones apliquen estos recursos de reconocimiento de la forma más real y verídica posible, esto con el fin de no crear conflictos, se recomienda tener bases claras y fundamentadas para premiar a un trabajador. Y por último se tiene a Uceda (2013) que a través de la misma prueba estadística que se utilizó en el presente proyecto, nos expresa que existe correlación entre ambas variables, con un coeficiente de 0.616. En comparación al resultado de esta investigación, el autor si bien considero a las felicitaciones como un indicador importante porque influye mucho en la motivación, menciono algunos indicadores que si bien no se han desarrollado en esta investigación, han hecho que la relación entre el reconocimiento y la atención al cliente sea mejor, estas son empleado del mes y notificación escrita, los cuales sus índices de correlación están en un 0.667 y 0.711 respectivamente. En base a todo ello, es necesario destacar la importancia que tienen todos estos medios de reconocimiento, los cuales buscan motivar al recurso humano de una empresa, está a la vez para que su atención sea mejor.

4.6 INCENTIVO ECONÓMICO Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Respecto al análisis de los resultados de este proyecto se puede afirmar que, cuando el incentivo económico es regular, la atención al cliente es bueno en un 29.2%, siendo este el porcentaje mayor al 22.9%, el cual menciona que cuando el incentivo económico es bueno, la atención al cliente es muy bueno.

La presente investigación tiene que el coeficiente de correlación de Rho

de Spearman entre el incentivo económico y atención al cliente es de 0.590. Mientras que para Barrios (2011), a través de la misma prueba estadística que se utilizó en el presente proyecto, nos expresa que existe correlación entre esta dimensión y la variable 2, con un coeficiente de 0.759. Se puede mencionar que de acuerdo a los resultados obtenidos por el autor, el 60% de los trabajadores de dicha empresa opina que nunca ha recibido incentivos, y del que si recibe, solo se da cuando la empresa requiere de su predisposición. En base a ello, se debe tener en cuenta que los incentivos, es un recurso polémico porque compramos esfuerzo, en vez de generarlo de propia voluntad a través de premios, mejores relaciones con tus compañeros. No obstante es parte de la comodidad y necesidad del trabajador, es por ello que debe ser justa. Para Subauste (2013), a través de la misma prueba estadística que se utilizó en el presente proyecto, nos expresa que existe correlación entre esta dimensión y la variable 2, con un coeficiente de 0.799. En comparación al resultado de esta investigación, hace una comparación entre las funciones que realiza con su sueldo, siendo el resultado que en un 31% y 30% sea pocas veces y nunca justa la remuneración que perciben. Siendo el presente estudio que también destaco esa relación de función con el dinero que perciben por cumplir con ello. En conclusión, es necesario que la empresa analice de manera adecuada las tareas de cada perfil, así como también su abastecimiento de estas, y es que esto puede ser factor importante para la permanencia en el trabajo.

4.7 SEGURIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE

Del análisis de los resultados de este estudio se puede afirmar que, cuando la seguridad es bueno, la atención al cliente también es bueno en un 35.4%, siendo este el porcentaje mayor al 27.1%, el cual menciona que cuando la seguridad es muy bueno, la variable 2 también es muy bueno.

La presente investigación tiene que el coeficiente de correlación de Rho de Spearman entre la seguridad y atención al cliente es de 0.617. Mientras que para Brune (2013), a través de la misma prueba estadística

que se utilizó en el presente proyecto, nos expresa que existe correlación entre esta dimensión y la variable 2, con un coeficiente de 0.611. Se puede mencionar que de acuerdo a los resultados obtenidos por el autor, el 64% de los trabajadores de dicha empresa opina que el ambiente físico no es el adecuado, ocasionando incomodidad en las condiciones donde está trabajando. Es por ello, se debe resaltar mucho la importancia de los ambientes laborales, ya que esto influye mucho en el bienestar del trabajador, a la vez sentirá que se le puede atender mejor al cliente, a través de la buena percepción que tiene del entorno. Para Pelaez (2010), nos expresa que existe correlación de Pearson entre esta dimensión y la variable 2, con un coeficiente de 0.791. En comparación al resultado de este proyecto se destaca que resalte este indicador como tema a investigar que si bien en la empresa de su estudio, no es la adecuada para un 59%, queda demostrado entonces, que las empresas tienen que implementar y mejorar el ambiente de trabajo de sus colaboradores, este con el fin de tener un entorno laboral grato, donde sus empleados se puedan desenvolver de la mejor manera.

V CONCLUSIONES

Teniendo en cuenta los resultados del proyecto, así como la discusión correspondiente, se han podido llegar a las siguientes conclusiones:

- Existe relación entre la motivación laboral y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016, situación que queda demostrada con la prueba Rho de Spearman que nos dio un coeficiente de correlación de 0.664, con una Sig. (Bilateral) de 0.000.
- Existe relación entre la intensidad y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016, situación que queda demostrada con la prueba Rho de Spearman que nos dio un coeficiente de correlación de 0.470, con una Sig. (Bilateral) de 0.001.
- No existe relación entre la dirección y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016, situación que queda demostrada con la prueba Rho de Spearman que nos dio un coeficiente de correlación escasa de 0.141, con una Sig. (Bilateral) de 0.339.
- Existe relación entre la persistencia y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016, situación que queda demostrada con la prueba Rho de Spearman que nos dio un coeficiente de correlación de 0.517, con una Sig. (Bilateral) de 0.000.
- Existe relación entre el reconocimiento y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016, situación que queda demostrada con la prueba Rho de Spearman que nos dio un coeficiente de correlación de 0.530, con una Sig. (Bilateral) de 0.000.

- Existe relación entre el Incentivo económico y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016, situación que queda demostrada con la prueba Rho de Spearman que nos dio un coeficiente de correlación de 0.590, con una Sig. (Bilateral) de 0.000.
- Existe relación entre la seguridad y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016, situación que queda demostrada con la prueba Rho de Spearman que nos dio un coeficiente de correlación de 0.617, con una Sig. (Bilateral) de 0.000.

VI RECOMENDACIONES

- Queda demostrado que existe una relación moderada entre ambas variables, es por ello que se recomienda motivar a los empleados, teniendo en cuenta los indicadores establecidos en la presente investigación como también lo mencionado por nuestros antecedentes, este con el fin de poder mejorar el servicio de atención al cliente y así de esta manera ambas partes salgan beneficiadas.
- Se ha mostrado una relación débil entre intensidad y atención al cliente, es por ello que se debe identificar a los trabajadores con las metas de una empresa, con el fin de tener una disposición desinteresada y más bien que no sea por una obligación. A veces el empleado cumple con la meta pero el rendimiento no es el esperado, por lo tanto es necesario, motivar a los trabajadores para que estos se esfuercen un poco más y así se le pueda atender mejor al cliente.
- Debido a la escasa relación entre dirección y atención al cliente, es necesario relacionar de una mejor manera a la dirección, esto a través de un planteamiento más claro de los ítems o el uso de otras referencias. En base a los indicadores, se sugiere a la empresa capacitar de manera dinámica a los trabajadores y con mayor frecuencia en base a sus funciones, que conozcan el MOF, ROF y RIT. No obstante es necesario orientarlos en cualquier actividad nueva, todo esto en función a que su esfuerzo de trabajo sea canalizado junto con los fines de la organización.
- Se ha mostrado una relación moderada entre la persistencia y atención al cliente, esto me debe permitir desarrollar las actitudes de perseverancia y superación de obstáculos a través de charlas motivacionales o de empoderamiento, esto con el fin de desarrollar sus competencias tanto personales como profesionales y así tener una cultura de mejora continua en la empresa.
- Queda demostrado que existe una relación moderada entre el reconocimiento y la atención al cliente, es por ello que se recomienda establecer formas de

felicitaciones al trabajador que cumple con tareas encomendadas, estas pueden ser por correo, un diploma o una nota, e inclusive el jefe inmediato lo podría hacer. Esta herramienta, como todas es importante que se promueva, porque así la persona siente que seguimos su trabajo, que lo observamos y que es clave para la empresa.

- Queda demostrado que existe una relación moderada entre el incentivo económico y la atención al cliente, es por ello que se recomienda elaborar reajustes remunerativos en toda el área de mensajería, ya que si esto no se aplica, se vería afectada la permanencia de los trabajadores en la organización. No obstante hay que saber cómo la empresa está manejando el pago de bonos y horas extras, ya que al parecer los trabajadores consideran que es injusto o que en otras instancias nunca se le ha retribuido ese pago.
- Se ha mostrado una relación moderada entre la seguridad y atención al cliente, esto me debe permitir entonces mejorar el ambiente laboral de la empresa, tanto en la infraestructura como en la distribución física, que se reúnan las áreas competentes el área de gerencia, planificación, marketing y recursos humanos esto con el fin de buscar un mejor entorno para el empleado y a la vez esta persona pueda sentirse más cómodo al realizar sus funciones. No obstante se recomienda que la relación jefe inmediato y trabajador sea mejor, que este sea un verdadero líder y que se preocupe por crear un ambiente más cómodo.

VII REFERENCIAS

American Psychological Association. (2012). *Guía a la redacción en el estilo APA* (6ta ed.). Washington, DC: Autor

Barrios Piñeyro, V. (2011). *Motivación en Recursos Humanos, Capacitación, Atención al Cliente y Servicio*. (Tesis de licenciatura). Universidad Abierta Interamericana – Argentina.

Bernal, C. (2000). *Proceso de Investigación Científica en Ciencias de Administración*. Santa Fe de Bogotá.

Brune Orozco, R. (2013). *Motivación Laboral y su influencia en la atención al cliente del Área Comercial de Autoclima S.A. de la Ciudad de Guayaquil*. (Tesis de licenciatura). Universidad de Guayaquil – Ecuador.

Escudero, J. (2012). *Comunicación y atención al cliente*. Madrid, España: Ediciones Paraninfo.

García, J. (2007). *Haga que lo hagan - Motivación*. Madrid, España: Fundación Confemetal editorial.

Gestión. (22 de abril del 2014). Firma peruana figura entre las cinco mejores empresas para trabajar en Latinoamérica. *Gestión*. Recuperado de <http://gestion.pe/empresas/empresa-peruana-se-encuentra-entre-5-mejores-empresas-trabajar-latinoamerica-2095135>

- Gonzales, J. (2006). *Habilidades directivas*. Málaga, España: Edición Innova 2006.
- Johnston, M., & Marshall, G. (2009). *Administración de Ventas* (9na ed.). México: Mc Graw Hill/Interamericana editores.
- Paz, R. (2007). *Atención al cliente: guía práctica de técnicas y estrategias*. España: Ideas Propias editorial.
- Pelaes León, O. (2010). *Relación entre la motivación y servicio de atención al cliente en una empresa de servicios telefónicos*. (Tesis doctoral). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima.
- Pérez, V. (2006). *Calidad total en la atención al cliente: Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. España: Ideas Propias editorial.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración* (8va ed.). México: Pearson Educación.
- Sac Chaj, S. (2013). *Motivación del Recurso Humano para mejorar el Servicio al Cliente en Importadoras de Electrodomésticos en la ciudad de Quetzaltenango*. (Tesis de licenciatura). Universidad Rafael Landívar – Guatemala, Quetzaltenango.
- Subauste Arroyo, R. (2013). *Motivación en el área de atención al cliente de Emapa Cañete 2013 – San Vicente de Cañete*. (Tesis de licenciatura). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Cañete.

Tamayo, M. (1999). *Metodología Formal de la Investigación Científica*. México, DF: Editorial Limusa

Uceda Pintado, I. (2013). *Influencia entre La Motivación Laboral y servicio al cliente externo en las Pollerías del distrito de La Victoria en la ciudad de Chiclayo*. (Tesis de licenciatura). Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, La Victoria.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA														
PROBLEMAS DE INVESTIGACION	OBJETIVOS DEL ESTUDIO	HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	Nº ITEMS	ESCALA	INSTRUMENTO DE MEDICIÓN				
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLE 1											
¿De qué manera la motivación laboral se relaciona con la atención a los clientes de AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016?	Determinar la relación que existe entre la motivación laboral y atención a los clientes de la empresa AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016	La motivación laboral se relaciona significativamente con la atención a los clientes de la empresa AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016.	Motivación Laboral	Robbins & Coulter (2005) definen a la motivación como el deseo de una persona de poder lograr los fines u objetivos organizacionales con gran esfuerzo, que gracias a ello podrá también satisfacer alguna necesidad individual.	En esta oportunidad, la variable 1 será medida mediante un cuestionario de preguntas cerradas, cuyo instrumento será la Escala de Lickert.						INTENSIDAD	Esfuerzo	1	Ordinal
												Disposición	2,3	Ordinal
											DIRECCIÓN	Capacitación	4	Ordinal
												Información	5	Ordinal
												Orientación	6	Ordinal
											PERSISTENCIA	Superación	7,8	Ordinal
												Perseverancia	9	Ordinal
											RECONOCIMIENTO	Felicitaciones	10,11,12	Ordinal
												Ascenso	13,14,15	Ordinal
											INCENTIVO ECONÓMICO	Remuneración	16,17,18	Ordinal
												Pago de horas extras	19,20,21	Ordinal
												Pago de bonos	22,23,24	Ordinal
SEGURIDAD	Distribución física	25	Ordinal											
	Ambiente laboral	26,27,28	Ordinal											
	Condiciones físicas	29,30	Ordinal											
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICOS	VARIABLE 2											
¿De qué manera la intensidad se relaciona con la atención a los clientes de AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016?	Determinar la relación que existe entre la intensidad y atención a los clientes de la empresa AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016.	La intensidad se relaciona significativamente con la atención a los clientes de la empresa AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016.									EXPECTATIVA	Confianza	1,2,3,4	Ordinal
												Seguimiento	5,6	Ordinal
												Puntualidad	7,8,9	Ordinal
¿De qué manera la dirección se relaciona con la atención a los clientes de AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016?	Determinar la relación que existe entre la dirección y atención a los clientes de la empresa AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016.	La dirección se relaciona significativamente con la atención a los clientes de la empresa AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016.									PERCEPCIÓN	Exactitud	10,11,12	Ordinal
												Ambigüedad	13,14,15	Ordinal
¿De qué manera la persistencia se relaciona con la atención a los clientes de AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016?	Determinar la relación que existe entre la persistencia y atención a los clientes de la empresa AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016.	La persistencia se relaciona significativamente con la atención a los clientes de la empresa AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016.										Conflicto	16,17,18	Ordinal
												Premiación	19,20,21	Ordinal
¿De qué manera el reconocimiento se relaciona con la atención a los clientes de AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016?	Determinar la relación que existe entre el reconocimiento y atención a los clientes de la empresa AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016.	El reconocimiento se relaciona significativamente con la atención a los clientes de la empresa AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016.									SATISFACCIÓN	Compañeros de trabajo	22,23,24	Ordinal
												Comisiones	25,26,27	Ordinal
¿De qué manera el incentivo económico se relaciona con la atención a los clientes de AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016?	Determinar la relación que existe entre el incentivo económico y atención a los clientes de la empresa AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016.	El incentivo económico se relaciona significativamente con la atención a los clientes de la empresa AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016.												
¿De qué manera la seguridad se relaciona con la atención a los clientes de AFE TRANSPORTATION SAC - Surquillo 2016?	Determinar la relación que existe entre la seguridad y atención a los clientes de la empresa AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016.	La seguridad se relaciona significativamente con la atención a los clientes de la empresa AFE TRANSPORTATION SAC – Surquillo 2016.												

“MOTIVACIÓN LABORAL Y ATENCIÓN A LOS CLIENTES DEL ÁREA DE MENSAJERÍA DE LA EMPRESA AFE TRANSPORTATION S.A.C - SURQUILLO 2016”

CUESTIONARIO

TABLA DE ESPECIFICACIONES				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	%	NÚMERO ITEMS
MOTIVACIÓN LABORAL (V1)	Intensidad	Esfuerzo	10%	3
		Disposición		
	Dirección	Capacitación	10%	3
		Información		
		Orientación		
	Persistencia	Superación	10%	3
		Perseverancia		
	Reconocimiento	Felicitaciones	20%	6
		Ascenso		
	Incentivo económico	Remuneración	30%	9
		Pago de horas extras		
		Pago de bonos		
	Seguridad	Distribución física	20%	6
Ambiente laboral				
Condiciones físicas				
		TOTAL	100%	30
ATENCIÓN AL CLIENTE (V2)	Expectativa	Confianza	30%	9
		Seguimiento		
		Puntualidad		
	Percepción	Exactitud	30%	9
		Ambigüedad		
		Conflicto		
	Satisfacción	Premiación	40%	12
		Compañeros de trabajo		
		Comisiones		
		Clientes		
		TOTAL	100%	30

ENCUESTA

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para recopilar datos acerca de la Motivación Laboral y Atención al cliente en el Área de Mensajería de la empresa AFE TRANSPORTATION S.A.C. Le agradezco de antemano cada minuto de su tiempo por responder a las siguientes preguntas.

INSTRUCCIONES: Marcar con un aspa (x) la alternativa que usted crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible, teniendo en cuenta los siguientes criterios, **TOTALMENTE DE ACUERDO (5), DE ACUERDO (4), NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO (3), EN DESACUERDO (2) Y TOTALMENTE EN DESACUERDO (1).**

CUESTIONARIO						
VARIABLE 1: MOTIVACIÓN LABORAL						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
		5	4	3	2	1
Intensidad	Esfuerzo					
	1. Es importante que te esfuerces al maximo cuando realices tu trabajo.					
	Disposición					
Dirección	2. La empresa AFE TRANSPORTATION S.A.C merece tu disposición en el despacho de documentos a provincia.					
	3. Mostrar disposición en el trabajo traerá resultados positivos para ti.					
	Capacitación					
Persistencia	4. AFE TRANSPORTATION S.A.C debe capacitarlo sobre funciones con mayor frecuencia.					
	Información					
	5. Es importante que AFE TRANSPORTATION S.A.C le brinde información sobre la visión que tiene.					
Reconocimiento	Orientación					
	6. Es necesario que AFE TRANSPORTATION S.A.C te oriente cuando tienes alguna duda en una función nueva del trabajo.					
	Superación					
Incentivo Económico	7. Has podido superar ciertos obstáculos laborales que surgieron en la empresa AFE TRANSPORTATION S.A.C.					
	8. Has tenido una mejora continua en las funciones de tu trabajo que venias desarrollando.					
	Perseverancia					
Seguridad	9. La perseverancia es necesario para ser un trabajador destacado.					
	Felicitaciones					
	10. Es necesario que AFE TRANSPORTATION S.A.C te felicite cada vez que cumples con las metas trazadas.					
Seguridad	11. Un diploma de felicitación por cumplir un objetivo de la empresa ayuda a mejorar tu perfil profesional.					
	12. Es importante que te feliciten en la organización donde trabajas, para sentirte motivado.					
	Ascenso					
Seguridad	13. La empresa AFE TRANSPORTATION S.A.C brinda a sus trabajadores oportunidades para un ascenso laboral.					
	14. El cargo de confianza que recibe un trabajador de la empresa son en base al trabajo destacado que a tenido.					
	15. Es importante que se aplique los ascensos en la empresa para sentirse motivado.					
Seguridad	Remuneración					
	16. El pago que percibe de su trabajo responde a sus necesidades e intereses.					
	17. El sueldo que recibe esta acorde a sus funciones diarias de trabajo.					
Seguridad	18. La remuneración es un factor importante para la permanencia en el trabajo.					
	Pago de Horas Extras					
	19. El pago de horas extras que percibe de su trabajo responde a sus necesidades.					
Seguridad	20. El pago de horas extras es un recurso importante para la continuidad en el trabajo.					
	21. Es importante que se pague las horas extras para mostrar disposición en el trabajo.					
	Pago de Bonos					
Seguridad	22. Has recibido bonos por el cumplimiento de metas establecidas por AFE TRANSPORTATION S.A.C.					
	23. El pago de los bonos que percibe de su trabajo responde a sus necesidades.					
	24. Es importante el pago de los bonos en la empresa para tener objetivos en relación con el trabajo.					
Seguridad	Distribución física					
	25. La distribución física del área de mensajería de la empresa AFE TRANSPORTATION S.A.C te permite trabajar de manera comfortable.					
	Ambiente Laboral					
Seguridad	26. El lugar donde laboras es agradable.					
	27. El jefe inmediato del área donde laboras se preocupa por crear un cómodo ambiente laboral.					
	28. Tener un entorno laboral grato es importante para sentirse cómodo en el trabajo.					
Seguridad	Condiciones físicas					
	29. Las condiciones físicas donde labora son confortables en relación a ventilación, iluminación e infraestructura.					
	30. Es importante que te den todos lo requerimientos necesarios ya sea modernas computadoras, sistemas y materiales para que cumplas adecuadamente con tu trabajo.					

ENCUESTA

Buenos días/tardes, estamos realizando una encuesta para recopilar datos acerca de la Motivación Laboral y Atención al cliente en el Área de Mensajería de la empresa AFE TRANSPORTATION S.A.C. Le agradezco de antemano cada minuto de su tiempo por responder a las siguientes preguntas.

INSTRUCCIONES: Marcar con un aspa (x) la alternativa que usted crea conveniente. Se le recomienda responder con la mayor sinceridad posible, teniendo en cuenta los siguientes criterios, **TOTALMENTE DE ACUERDO (5), DE ACUERDO (4), NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO (3), EN DESACUERDO (2) Y TOTALMENTE EN DESACUERDO (1).**

CUESTIONARIO						
VARIABLE 2: ATENCIÓN AL CLIENTE						
DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		TOTALMENTE DE ACUERDO	DE ACUERDO	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	EN DESACUERDO	TOTALMENTE EN DESACUERDO
		5	4	3	2	1
Expectativa	Confianza					
	1. Generar confianza con los clientes es necesario para crear relaciones duraderas.					
	2. Para ganarse la confianza de un cliente es necesario cumplir lo que le prometes.					
	3. La confianza que tengamos con el cliente nos ayudara a dar un mejor servicio.					
	4. Superar las expectativas del cliente es un paso seguro para ganarse su confianza.					
	Seguimiento					
	5. Hacer el seguimiento del producto es importante para garantizar una entrega a tiempo.					
	6. Es necesario tener los implementos necesarios para hacer el seguimiento de un producto adecuadamente.					
	Puntualidad					
	7. Es relevante que te preocupes por garantizar la entrega de un producto a tiempo.					
8. Terminas las actividades en los tiempos programados.						
9. Un servicio puntual garantiza una percepción positiva por parte del cliente.						
Percepción	Exactitud					
	10. Tus funciones y responsabilidades estan definidas.					
	11. En el área de mensajería de la empresa AFE TRANSPORTATION S.A.C tienen las actividades coordinadas.					
	12. En el área de mensajería de la empresa AFE TRANSPORTATION S.A.C puedo desarrollar mis habilidades.					
	Ambigüedad					
	13. Te enseñaron lo necesario para desarrollar correctamente tu trabajo.					
	14. La empresa AFE TRANSPORTATION S.A.C facilitó el Manual de Organización y Funciones a sus trabajadores.					
	15. Tu jefe inmediato te mantiene informado sobre los asuntos que afectan a tu trabajo.					
	Conflicto					
	16. Tu jefe inmediato pone en marcha iniciativas de mejora para la entrega de documentos de tipo urgente.					
17. Es necesario que el jefe inmediato y el trabajador se comprendan para mejorar el servicio.						
18. Me resulta facil expresar mis opiniones en mi área de trabajo						
Satisfacción	Premiación					
	19. Es necesario que AFE TRANSPORTATION S.A.C te premie cada vez que cumples con los objetivos trazados.					
	20. Es importante que recibas premios donde trabajas, para sentirte motivado.					
	21. La premiación es un recurso importante para trazarte metas en base en tus labores.					
	Compañeros de trabajo					
	22. Existe un trato cordial con tus compañeros de trabajo.					
	23. Te sientes parte del equipo de trabajo					
	24. En el área de mensajería de la empresa AFE TRANSPORTATION S.A.C es habitual la colaboración para sacar adelante las tareas.					
	Comisiones					
	25. El pago de comisiones que percibe de tu trabajo responde a sus necesidades.					
	26. El pago de comisiones es un recurso importante para un mayor compromiso con la empresa.					
	27. Las comisiones son un factor necesario para mejorar el potencial humano.					
Cientes						
28. Es importante conocer las necesidades e intereses de tus clientes.						
29. Consideras que brindar soluciones creativas cubrirá los problemas que se presentan en cuanto a la entrega de documentos						
30. Es necesario recoger de forma adecuada quejas y sugerencias de los clientes.						

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: MARQUEZ CARO, Fernando (ur)
 I.2. Cargo e Institución donde labora: RESF. INV. E.P. NG. INT.
 I.3. Especialidad del experto: Sociólogo
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO - ENCUESTA
 I.5. Autor del instrumento: JOHN ROBERT, VIVIANO EHEVARRIA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				/	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				/	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				/	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				/	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				/	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				/	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				/	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				/	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				/	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				/	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75%	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			

11	/			
12	/			
13	/			
14	/			
15	/			
16	/			
17	/			
18	/			
19	/			
20	/			
21	/			
22	/			
23	/			
24	/			
25	/			
26	/			
27	/			
28	/			
29	/			
30	/			

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			
11	/			
12	/			
13	/			
14	/			
15	/			
16	/			
17	/			
18	/			
19	/			
20	/			
21	/			
22	/			
23	/			
24	/			
25	/			
26	/			
27	/			
28	/			
29	/			
30	/			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Es aplicable

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

75%

San Juan de Lurigancho, *15* de *Set.* del 2016



Firma de experto informante

DNI: *08729589*

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: RAUL DELGADO ARENAS
 I.2. Cargo e Institución donde labora: DTC OFIC. DE INV.
 I.3. Especialidad del experto: DR. EN CC. EE
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO - ENCUESTA
 I.5. Autor del instrumento: JHONN ROBERT, VIVANCO ECHEVERRIA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				70%	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				70%	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				75%	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				70%	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				70%	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				70%	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				70%	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				70%	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				70%	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				70%	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					70,5%	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			

11				
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21	✓			
22	✓			
23	✓			
24	✓			
25	✓			
26	✓			
27	✓			
28	✓			
29	✓			
30	✓			

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	✓			
02	✓			
03	✓			
04	✓			
05	✓			
06	✓			
07	✓			
08	✓			
09	✓			
10	✓			
11	✓			
12	✓			
13	✓			
14	✓			
15	✓			
16	✓			
17	✓			
18	✓			
19	✓			
20	✓			
21	✓			
22	✓			
23	✓			
24	✓			
25	✓			
26	✓			
27	✓			
28	✓			
29	✓			
30	✓			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

es aplicable

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

70

San Juan de Lurigancho, 15 de *septiembre* del 2016


Firma de experto informante
DNI: *10366449*

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Mr. Marco J. Cardia
- I.2. Cargo e Institución donde labora: Coord. de Inv.
- I.3. Especialidad del experto: Administración
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Encuesta - cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Alfonso Poblete, Urbano Pacheco

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				/	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				/	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				/	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				/	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				/	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				/	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				/	
CONSISTENCIA	Considera que los items utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				/	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				/	
METODOLOGÍA	Considera que los items miden lo que pretende medir.				/	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75%	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			

11	/			
12	/			
13	/			
14	/			
15	/			
16	/			
17	/			
18	/			
19	/			
20	/			
21	/			
22	/			
23	/			
24	/			
25	/			
26	/			
27	/			
28	/			
29	/			
30	/			

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			
11	/			
12	/			
13	/			
14	/			
15	/			
16	/			
17	/			
18	/			
19	/			
20	/			
21	/			
22	/			
23	/			
24	/			
25	/			
26	/			
27	/			
28	/			
29	/			
30	/			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Es aplicable
.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

75%

San Juan de Lurigancho, *15* de *septiembre* del 2016



.....
Firma de experto informante

DNI: *10050151*

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: Agustín L. Roso Casco
- I.2. Cargo e Institución donde labora: ODA EAP Administración UCV
- I.3. Especialidad del experto: Contable
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO - ENCUESTA
- I.5. Autor del instrumento: JOHNS ROBERT, VIVANCO ECHEVARRIA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				/	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				/	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				/	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				/	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				/	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				/	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				/	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				/	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				/	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				/	
PROMEDIO DE VALORACIÓN					75%	

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			

11	/			
12	/			
13	/			
14	/			
15	/			
16	/			
17	/			
18	/			
19	/			
20	/			
21	/			
22	/			
23	/			
24	/			
25	/			
26	/			
27	/			
28	/			
29	/			
30	/			

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			
11	/			
12	/			
13	/			
14	/			
15	/			
16	/			
17	/			
18	/			
19	/			
20	/			
21	/			
22	/			
23	/			
24	/			
25	/			
26	/			
27	/			
28	/			
29	/			
30	/			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Es aplicable
.....
.....

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

75%

San Juan de Lurigancho, *14* de *09* del 2016



.....
Firma de experto informante

DNI: *09534164*
.....

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del informante: Dr./Mg.: SUASNAZON UGANTE F. ALFONSO
 I.2. Cargo e Institución donde labora: D.T.C.
 I.3. Especialidad del experto: FINANZAS - PROYECTOS
 I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: CUESTIONARIO - ENWESM
 I.5. Autor del instrumento: JOHN ROBERT, VIVIANO ECHUARRIA

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelent e 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				/	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				/	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación.				/	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de mejora.....				/	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				/	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				/	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				/	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se esta investigando.				/	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				/	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				/	
PROMEDIO DE VALORACIÓN						75%

ITEMS DE LA PRIMERA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			

11	/			
12	/			
13	/			
14	/			
15	/			
16	/			
17	/			
18	/			
19	/			
20	/			
21	/			
22	/			
23	/			
24	/			
25	/			
26	/			
27	/			
28	/			
29	/			
30	/			

ITEMS DE LA SEGUNDA VARIABLE

ITEM N°	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE	OBSERVACIONES
01	/			
02	/			
03	/			
04	/			
05	/			
06	/			
07	/			
08	/			
09	/			
10	/			
11	/			
12	/			
13	/			
14	/			
15	/			
16	/			
17	/			
18	/			
19	/			
20	/			
21	/			
22	/			
23	/			
24	/			
25	/			
26	/			
27	/			
28	/			
29	/			
30	/			

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

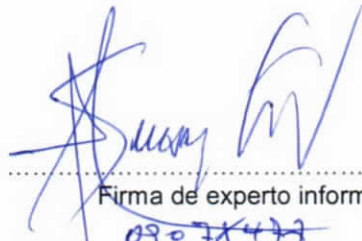
¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Es aplicable

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

75%

San Juan de Lurigancho, *15* de *sept.* del 2016



Firma de experto informante

DNI:

09078477

VIVANCO ECHEVARRIA

JHONN ROBERT

por Jhonn Robert Vivanco Echevarria

ARCHIVO	DPI_JHONN_ROBERT_VIVANCO_ECHEVARR_A.DOCX (143.94K)		
HORA DE LA ENTREGA	22-NOV-2016 01:31P.M.	NÚMERO DE PALABRAS	10112
IDENTIFICADOR DE LA ENTREGA	741617819	SUMA DE CARACTERES	54957

VIVANCO ECHEVARRIA JHONN ROBERT

INFORME DE ORIGINALIDAD

% **10**

INDICE DE SIMILITUD

% **9**

FUENTES DE
INTERNET

% **0**

PUBLICACIONES

% **5**

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	pt.slideshare.net Fuente de Internet	% 1
2	docslide.us Fuente de Internet	% 1
3	gestion.pe Fuente de Internet	% 1
4	documents.mx Fuente de Internet	% 1
5	ucvtrujillofei.webcindario.com Fuente de Internet	% 1
6	www.marketing-xxi.com Fuente de Internet	% 1
7	docslide.com.br Fuente de Internet	<% 1
8	Submitted to EP NBS S.A.C. Trabajo del estudiante	<% 1
9	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	<% 1

www.gestiopolis.com

10	Fuente de Internet	<% 1
11	www.slideshare.net Fuente de Internet	<% 1
12	www.tecmilenio.mx Fuente de Internet	<% 1
13	www.coursehero.com Fuente de Internet	<% 1
14	gte.uib.es Fuente de Internet	<% 1
15	dspace.utpl.edu.ec Fuente de Internet	<% 1
16	Submitted to Universidad de Lima Trabajo del estudiante	<% 1
17	issuu.com Fuente de Internet	<% 1
18	www.piuraheraldo.net Fuente de Internet	<% 1
19	cybertesis.unmsm.edu.pe Fuente de Internet	<% 1
20	repository.upi.edu Fuente de Internet	<% 1
21	www.clubensayos.com Fuente de Internet	<% 1
22	congreso.investiga.fca.unam.mx	

Fuente de Internet

<% 1

23

www.theibfr.com

Fuente de Internet

<% 1

24

revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe

Fuente de Internet

<% 1

25

www.marketingycomercio.com

Fuente de Internet

<% 1

26

Submitted to Universidad Nacional San Agustín

Trabajo del estudiante

<% 1

27

Submitted to UNIV DE LAS AMERICAS

Trabajo del estudiante

<% 1

28

Submitted to University of Southampton

Trabajo del estudiante

<% 1

29

Submitted to Universidad ESAN -- Escuela de Administración de Negocios para Graduados

Trabajo del estudiante

<% 1

30

gentequemotiva.blogspot.com

Fuente de Internet

<% 1

31

prezi.com

Fuente de Internet

<% 1

32

www.usequities.com

Fuente de Internet

<% 1

www2.ccea.com.uy

33	Fuente de Internet	<% 1
34	dspace.udla.edu.ec Fuente de Internet	<% 1
35	www.scoop.it Fuente de Internet	<% 1
36	docplayer.es Fuente de Internet	<% 1
37	www.unapiquitos.edu.pe Fuente de Internet	<% 1
38	revistascientificas.upeu.edu.pe Fuente de Internet	<% 1
39	www.ucv.edu.pe Fuente de Internet	<% 1
40	www.easywebtips.com Fuente de Internet	<% 1

EXCLUIR CITAS
EXCLUIR
BIBLIOGRAFÍA

APAGADO
APAGADO

EXCLUIR
COINCIDENCIAS

APAGADO



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO ACADÉMICO N° 0011- 2016-UCV-VA

Lima, 30 de marzo del 2016

ANEXO 1

ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE LOS TRABAJOS ACADÉMICOS DE
LA UCV

Yo, **José Luis Fernández Dávila Villafuerte**, docente de la experiencia curricular de Desarrollo del Proyecto de Investigación, del X ciclo y revisor del trabajo académico titulado:

**“Motivación laboral y atención a los clientes del área de mensajería de la
empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016”**

Del estudiante **VIVANCO ECHEVARRIA JHONN**; he sido capacitado e instruido en el uso de la herramienta Turnitin y he constatado lo siguiente:

Que el citado trabajo académico tiene un índice de similitud de **10%**; verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, grado de coincidencia mínimo que convierte el trabajo en aceptable y no constituye plagio, en tanto cumple con todas las normas del uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lima, 25 de noviembre del 2016.

Mg. José Luis Fernández Dávila Villafuerte
DNI: 06582225



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

RESOLUCIÓN DE VICERRECTORADO ACADÉMICO N° 0011- 2016-UCV-VA

Lima, 30 de marzo del 2016

ANEXO 2

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Jhonn Vivanco Echevarría**, estudiante de la Escuela profesional de Administración de la Universidad César Vallejo - Lima Este declaro que el trabajo académico titulado:

“Motivación laboral y atención a los clientes del área de mensajería de la empresa Afe Transportation S.A.C - Surquillo 2016”

Presentada, en **79** folios para la obtención del grado académico/título profesional de Administración es de mi autoría.

Por tanto, declaro lo siguiente:

- He mencionado todas las fuentes empleadas en el presente trabajo de investigación, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes, de acuerdo con lo establecido por las normas de elaboración de trabajos académicos.
- No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquellas expresamente señaladas en este trabajo. Este trabajo de investigación no ha sido previamente presentando completa ni parcialmente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
- Soy consciente de que mi trabajo puede ser revisado electrónicamente en búsqueda de plagios. De encontrar uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente o autor, me someto a las sanciones que determinan el procedimiento disciplinario.

Lima, 25 de noviembre del 2016.


.....
Firma

"AÑO DE LA CONSOLIDACIÓN DEL MAR DE GRAU"

CARTA DE ACEPTACIÓN PARA LA REALIZACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Lima, 2016.

Sr. Miguel Loyola Atuncar

Presente

ASUNTO: Carta de aceptación para realización de investigación.

Por medio de la presente comunico que yo, Miguel Loyola Atuncar, otorgo el permiso al señor Vivanco Echevarría, Jhonn Robert de la carrera de Administración, que ha sido aceptado en esta empresa a fin de que se realice su investigación titulada: "Motivación laboral y atención a los clientes del área de mensajería en la empresa AFE TRANSPORTATION S.A.C - Surquillo 2016".

Se extiende la presente a petición de la parte interesada para los fines que considere necesario, esperando cumplir con lo solicitado.

Atentamente;



AFE Transportation S.A.C.
Miguel Loyola Atuncar
D.N.I. 10050439
GERENTE DE OPERACIONES

Gerente de Operaciones