



UNIVERSIDAD JOSÉ CARLOS MARIÁTEGUI

VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS EMPRESARIALES Y

PEDAGÓGICAS

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

MARKETING ESTRATÉGICO

TESIS

**RELACIÓN ENTRE MOTIVACIÓN LABORAL Y
CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE
VIGILANCIA Y SEGURIDAD VISESJA S.A.C., ILO**

2022

PRESENTADO POR

BACH. JILARY ALEXANDRA VASQUEZ CUENTAS

ASESOR

MGR. VANESSA ROSANGELICA CHOQUE ROJAS

**PARA OPTAR POR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y MARKETING
ESTRATÉGICO**

MOQUEGUA – PERÚ

2024



Universidad José Carlos Mariátegui

CERTIFICADO DE ORIGINALIDAD

El que suscribe, en calidad de Jefe de la Unidad de Investigación de la _FACULTAD DE NCIAS JURIDICAS, EMPRESARIALES Y PEDAGOGICAS (FCJEP), certifica que el trabajo de investigación (X) / Tesis () / Trabajo de suficiencia profesional () /

RELACIÓN ENTRE MOTIVACIÓN LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD VISESJA S.A.C., ILO 2023

Presentado por el(la):

BACH. VASQUEZ CUENTAS JILARY ALEXANDRA

Para obtener el grado académico () o Título profesional (X) o Título de segunda especialidad () de LICENCIADA EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y MARKETING ESTRATÉGICO asesorado por el/la MGR. VANESSA ROSANGELICA CHOQUE ROJAS, asesor con Resolución de Decanato N° 02127 - 2022-FCJEP-UJCM, fue sometido a revisión de similitud textual con el software TURNITIN, conforme a lo dispuesto en la normativa interna aplicable en la UJCM.

En tal sentido, se emite el presente certificado de originalidad, de acuerdo al siguiente detalle:

Programa académico	Aspirante(s)	Trabajo de investigación	Porcentaje de similitud
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y MARKETING ESTRATEGICO	BACH. VASQUEZ CUENTAS JILARY ALEXANDRA	RELACIÓN ENTRE MOTIVACIÓN LABORAL Y CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD VISESJA S.A.C., ILO 2023	16%

El porcentaje de similitud del Trabajo de investigación es del 16%, que está por debajo del límite **PERMITIDO** por la UJCM, por lo que se considera apto para su publicación en el Repositorio Institucional de la UJCM.

Se emite el presente certificado con fines de continuar con los trámites respectivos para la obtención de grado académico o título profesional o título de segunda especialidad.

Moquegua, 21 de junio de 2024

Dr. Teófilo Lauracio Ticona

Jefe Unidad de Investigación FCJEP

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA.....	1
AGRADECIMIENTO.....	2
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	3
ÍNDICE DE TABLAS.....	5
ÍNDICE DE GRÁFICOS	6
RESUMEN.....	7
ABSTRACT	8
CAPÍTULO I.....	9
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	9
1.1. Descripción de la Realidad Problemática.....	9
1.2. Definición del problema	10
1.2.1. Problema general	10
1.2.2. Problemas Especificos.....	10
1.3. Objetivos de la investigación	11
1.3.1. Objetivo General	11
1.3.2. Objetivos Específicos	11
1.4. Justificación e importancia de la investigación	11
1.5. Variables.....	13
1.5.1. Operacionalización	14
1.6. Hipotesis de la investigación	16
1.6.1. Hipótesis General	16
1.6.2. Hipótesis nula	16
CAPÍTULO II.....	17
MARCO TEÓRICO	17
2.1. Antecedentes de la investigación	17
a) Antecedentes Internacionales	17
b) Antecedentes Nacionales	19
2.2. Bases Teóricas	20
CAPÍTULO III	40
MÉTODO	40

3.1. Tipo de investigación	40
3.2. Diseño de investigación.....	40
3.3. Población y muestra	41
3.3.1. Población	41
3.3.2. Muestra	41
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	41
3.4. Validez y confiabilidad de los instrumentos	42
3.4.1. Validez de contenido mediante juicio de expertos	42
3.4.2. Confiabilidad del instrumento.....	43
CAPÍTULO IV	46
RESULTADOS	46
4.1. Resultados sociodemográficos	46
4.2. Resultados del cuestionario para medir la motivación laboral en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo	49
4.3. Resultados del cuestionario para medir la calidad de servicio en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo	54
4.3. Discusión de resultados	62
CONCLUSIONES.....	65
RECOMENDACIONES	66
BIBLIOGRAFÍA.....	68
ANEXOS.....	76

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de Variables	145
Tabla 2 Muestra.....	42
Tabla 3 Análisis de confiabilidad. Cuestionario de motivación laboral	43
Tabla 4 Análisis de confiabilidad. Cuestionario de calidad de servicio	43
Tabla 5 Sexo de los encuestados	47
Tabla 6 Tiempo de trabajo de los encuestados.....	48
Tabla 7 Área de trabajo de los encuestados	49
Tabla 8 Dimensión de condiciones laborales.....	51
Tabla 9 Dimensión incentivos.....	52
Tabla 10 Dimensión Satisfacción laboral	52
Tabla 11 Variable motivación laboral.....	53
Tabla 12 Dimensión Atención	51
Tabla 13 Dimensión seguridad.....	55
Tabla 14 Dimensión confiabilidad	56
Tabla 15 Variable Calidad de servicio	57
Tabla 16 Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov para una muestra.....	58
Tabla 17 Resultados de la correlación entre las variable motivación y las dimensiones de la variable calidad de servicio	59
Tabla 18 Resultados de la correlación entre las variable motivación y la variable calidad de servicio	60

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Sexo de los encuestados.....	47
Gráfico 2 Tiempo de trabajo de los encuestados	48
Gráfico 3 Área de trabajo de los encuestados	5149
Gráfico 4 Condiciones laborales	5250
Gráfico 5 Incentivos	53
Gráfico 6 Satisfacción laboral.....	52
Gráfico 7 Motivación laboral	53
Gráfico 8 Atención	5254
Gráfico 9 Seguridad	55
Gráfico 10 Confiabilidad.....	56
Gráfico 11 Calidad de servicio.....	57

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre motivación laboral y calidad de servicio en una empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022; se generó el estudio bajo el paradigma positivista enfoque cuantitativo a través de un diseño correlacional, tomando como muestra a 160 colaboradores de una empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C., aplicándosele como técnica la encuesta y como instrumentos dos cuestionarios aplicados que miden a cada variable; llegando a la conclusión final de que existe una correlación positiva débil entre la variable motivación laboral y la calidad de atención, al obtenerse un p-valor de 0.00 y una Correlación de Pearson de 0,428.

Palabras Clave: Motivación laboral, calidad de servicio, vigilancia y seguridad, Ilo.

ABSTRACT

The present research aimed to determine the relationship between work motivation and service quality in a surveillance and security company, VISESJA S.A.C., in Ilo, 2022. The study was conducted under the positivist paradigm with a quantitative approach through a correlational design. The sample consisted of 160 employees from the surveillance and security company VISESJA S.A.C. The survey was employed as the technique, and two applied questionnaires measuring each variable served as instruments. The conclusion was that there is a weak positive correlation between the work motivation variable and the quality of service, as evidenced by a p-value of 0.00 and a Pearson correlation of 0.428.

Keywords: Work motivation, service quality, surveillance and security, Ilo.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

En los últimos años, se formaron una serie de empresas que brindan seguridad a varias empresas públicas como privadas; como bancos, supermercados, hospitales, etc. que son responsables de poder monitorear y garantizar la seguridad, utilizando diversos procedimientos y prácticas para prevenir cualquier delito por parte de sus empleados y herramientas tecnológicas que cumplan con los estándares de seguridad y calidad.

En Perú, las empresas de seguridad privada fueron iniciadas en la década de 1970 por pequeñas empresas privadas, que aumentaron en las décadas siguientes; Las empresas que brindan servicios de seguridad privada, se encuentran conformadas por empresas formales e informales en las cuales existe una diferencia en la calidad de servicios que brinda a sus usuarios.

Por ello, para prestar servicios de calidad, las empresas de seguridad necesitan un componente humano que sea uno de los actores clave de la empresa. De igual manera, surge diversos problemas ante la ausencia de trabajadores motivados, que es un tema repetido, y en paralelo, podemos observar que la tasa de rotación del personal corporativo está aumentando de manera preocupante. Además, el personal de seguridad se ve tentado por otras ofertas de seguridad que ofrecen mejores beneficios, mejor trato, mejor compensación y más. Un lugar donde los agentes de seguridad se sientan más grandes y motivados en su trabajo.

Esta desmotivación hacia el trabajo influye en alguna medida en la calidad de los servicios que presta la empresa, pues se miden y evalúan en función de los servicios que prestan los agentes de seguridad y vigilancia, y de la dirección y gestión que realiza la empresa a través de su responsable, todo lo especificado en el suscrito contrato de servicios por parte del cliente y personal a cumplir. Es por eso que el talento humano es indispensable en una empresa, siendo un desafío a la cual tienen que enfrentar.

La empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. brinda servicios de seguridad en almacenes, bodegas, centros comerciales edificios, terrenos, bancos, centros mineros; utilizando la tecnología y herramientas para la prestación de un servicio de calidad a sus clientes; pero como toda empresa surgen algunos problemas como es la falta de motivación en sus trabajadores la cual podría deberse a una la administración, bajas remuneraciones, falta de equidad en el trato a su personal, constantes rotaciones de personal a las zonas donde se presta servicio, etc. todo ello en alguna medida condiciona la calidad de servicio prestados tanto interna como externa; por ello la presente investigación tratara de dar a conocer el nivel de motivación laboral y la calidad de servicio que viene prestando la empresa VISESJA S.A.C y si existe un grado de relación entre ellas.

1.2. Definición del problema

1.2.1. Problema general

- ¿Cuál es la relación entre motivación laboral y calidad de servicio de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022?

1.2.2. Problemas Especificos

- ¿Cuál es la relación entre motivación laboral y atención en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022?

- ¿Cuál es la relación entre motivación laboral y seguridad en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022?

- ¿Cuál es la relación entre motivación laboral y confiabilidad en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022?

1.3. Objetivos de la investigación

1.3.1. Objetivo General

Determinar la relación entre motivación laboral y calidad de servicio en una empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022.

1.3.2. Objetivos Específicos

- Describir la relación entre motivación laboral y atención en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022
- Precisar la relación entre motivación laboral y seguridad en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022
- Establecer la relación entre motivación laboral y confiabilidad en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022.

1.4. Justificación e importancia de la investigación

La motivación laboral de los trabajadores ha sido objeto de muchas investigaciones y ha sido tratada desde las más diversas perspectivas con el objetivo de congrega todos los datos e información necesaria para comprender su impacto y relación con la calidad del servicio que presta la empresa a los trabajadores y sus usuarios, patrones de conducta específicos que pueden adoptar.

El nivel de motivación por este buen trabajo depende de la calidad del servicio que se pueda brindar. Si están motivados, los empleados pueden trabajar de manera eficiente y brindar un servicio de calidad

La relación de buena motivación laboral es la calidad del servicio que se puede brindar, es decir, una buena motivación permite que el empleado se desempeñe de manera efectiva y así logre ofrecer un servicio de calidad.

Presenta motivación teórica porque permitirá conocer si existe un vínculo entre la motivación laboral y la calidad del servicio que brinda el personal de vigilancia y seguridad de la empresa VISESJA SAC., asimismo que admitirá a seguir investigando en base a los resultados obtenidos; también permite aplicar teorías motivacionales y de calidad de servicio que sustentan teóricamente nuestra investigación.

Presenta motivación práctica, ya que la aplicación de técnicas y herramientas del mundo real tiene como objetivo aclarar las motivaciones de trabajo del personal de supervisión de VISESJA SAC e identificar los factores que hacen posible alcanzar en cierta medida las metas. Cada trabajador y su propósito personal está relacionado con la calidad del servicio que la empresa brinda a sus clientes y/o usuarios, y así influye en la motivación y calidad del trabajo en beneficio propio, un servicio que mejora el desempeño laboral a través de la motivación laboral.

Presenta justificación social porque nos dará a conocer que el activo más importante de una empresa es el recurso humano con el que cuenta; por ello es sumamente importante que todos los trabajadores se encuentren motivados en el ejercicio de sus labores diarias independientemente de la labor que realicen lo que conllevara a mejorar la calidad de servicio que una empresa presta a los usuarios lo que se verá reflejado en la productividad que genera una empresa. Buscando garantizar la satisfacción de los clientes; lo cual servirá de ejemplo y modelo para otras empresas del mismo rubro en la forma correcta de se debe trabajar.

1.5. Variables

- **Variable 1: MOTIVACIÓN LABORAL**

DIMENSIONES:

- ✓ Características del personal
- ✓ Condiciones de la empresa
- ✓ Incentivos para el trabajador
- ✓ Satisfacción laboral

Variable 2: CALIDAD DE SERVICIO

DIMENSIONES:

- ✓ Atención
- ✓ Seguridad
- ✓ Confiabilidad

1.5.1. Operacionalización

Tabla 1

Operacionalización de Variables

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	ESCALA
MOTIVACION LABORAL	Características del personal	- Sexo	Nominal
		- Tiempo de trabajo	
		- Condición laboral	
		- Área de trabajo	
	Condiciones de la empresa	- Infraestructura	Ordinal
		- Seguridad	
		- Ambiente	
		- Reconocimientos	
	Incentivos para el trabajador	- Capacitaciones	Ordinal
		- Remuneraciones	
		- Ascensos	
		- Comunicación	
Satisfacción laboral	- Compromiso	Ordinal	
	- Trabajo en equipo		

CALIDAD DE SERVICIO	Atención	- Equipos	
		- Empatía	
		- Sensibilidad	
	Seguridad	- Tangibilidad	
		- Fiabilidad	Ordinal
		- Consultas	
		- Garantía	
	Confiabilidad	- Funcionamiento	
		- Capacidad	

Nota: Elaboración Propia

1.6. Hipotesis de la investigación

1.6.1. Hipótesis General

Existe relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en una empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C., Ilo 2022.

1.6.2. Hipótesis nula

No existe relación entre la motivación laboral y la calidad de servicio en una empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C., Ilo 2022.

1.6.3. Hipótesis específicas

- Existe relación entre la motivación laboral y la atención en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022
- Existe relación entre la motivación laboral y la seguridad en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022
- Existe relación entre la motivación laboral y la confiabilidad en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación

a) Antecedentes Internacionales

Gamarra (2010) en su investigación; Clima organizacional y Motivación laboral del personal médico del servicio de Salud en Asunción Paraguay; Se trabajó bajo el enfoque cuantitativo, diseño relacional, se utilizó como técnica la encuesta y dos formatos impresos a través cuestionarios para la medición de las variables, tomando como universo poblacional al personal médico del servicio de salud; llegado a la conclusión que; a mejor clima laboral mejor motivación laboral; existiendo en una correlación entre ambas variables en el personal médico del servicio de Salud en Asunción Paraguay.

Lopez (2019) en su investigación “las condiciones laborales de los trabajadores de una empresa textil y su influencia con la satisfacción laboral” Guayaquil- Ecuador; Se desarrolló bajo la metodología cuantitativa, bajo un diseño correlacional explicativo, se tomó como universo maestral a los trabajadores de la empresa textil, aplicado como instrumento dos cuestionarios a través de un formato impreso para la medición de las variables condiciones laborales y satisfacción laboral con sus respectivas dimensiones; llegando a concluir en qué; las situaciones laborales en la cual se vienen desarrollando los trabajadores de la empresa textil influye significativamente en su satisfacción laboral, es decir, a mejores condiciones laborales mejor satisfacción laboral”.

Peña (2015), en su investigación titula: “La motivación laboral como herramienta de gestión en las organizaciones empresariales”, universidad Pontificia Comillas ICAE- ICADE; España, Se utilizó la metodología cuantitativa a través de un diseño explicativo, tomando como población de estudio a los trabajadores de las empresas de organizaciones empresariales de la ciudad de Madrid, tuvo como propósito evaluar como la motivación de sus trabajadores determina la eficacia de una organización empresarial, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario; llegando a la conclusión que la motivación laboral involucra en el compromiso de los trabajadores con la empresa lo cual incide en el logro de resultados positivos.

Ramírez, Romero y Baddi (2015) en su investigación; “La motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales en la empresa manufacturera; de la ciudad de Bogotá Colombia; se trabajó bajo la metodología cuantitativa, tipo descriptivo, diseño explicativo longitudinal, se tomó como universo poblacional a los trabajadores de la empresa en mención, se aplicó dos instrumentos un cuestionario para la variable motivación y una ficha de análisis documental para la variable objetivos organizacionales, llegando a la conclusión que; para el logro de los objetivos organizacionales de una empresa el factor fundamental que debe desarrollarse es la motivación en la empresa manufacturera.

Duran & Pacheco (2019) en su investigación “condiciones Laborales y Calidad de vida en los trabajadores de una empresa comercial en la ciudad de Caracas- Venezuela”, se trabajó metodológicamente aplicado el tipo de investigación cuantitativo, ya que los resultados fueron en función a cantidades utilizando términos estadísticos, el utilizado fue el diseño causal correlacional, se tomó como muestra representativa a los trabajadores que laboran en la empresa comercial los cuales suman un promedio de 90 trabajadores, a los cuales se les aplico dos cuestionarios a través de una escala ordinal para la medición de

nuestras variables; llegando a la conclusión que; Las condiciones laborales se encuentran relacionadas en un nivel alto con la calidad de vida de los trabajadores.

b) Antecedentes Nacionales

Arizábal (2016), en su investigación “Motivación laboral y su influencia en el clima organizacional de una empresa de disfruta Huancayo”, utilizó el tipo de investigación cuantitativo, paradigma positivista, diseño correlacional longitudinal, como universo muestral a los trabajadores que laboran en la empresa distribuidora, se utilizó dos cuestionarios los cuales fueron aplicados a través de un formato impreso para ambas variables, llegando a la siguiente conclusión; La motivación laboral influye de manera negativa en el clima organizacional de la empresa Disfruta.

Zelada (2017) en su investigación; La motivación laboral y su incidencia en el compromiso laboral en el personal de vigilancia seguridad de la empresa Bucranio SA. Cajamarca Perú; se utilizó como metodología el enfoque cuantitativo, paradigma positivista, diseño causal explicativo, relacional, se tomó como universo muestral al personal de vigilancia que laboran en la empresa, para el análisis e interpretación de los resultados se utilizó dos cuestionario aplicados mediante un formato impreso evaluado las variables y sus dimensiones; llegando a la conclusión que; a mayor motivación laboral, mayor compromiso organizacional alcanzando un grado de relación de ($r = ,453$)

Peralta (2019) en su investigación; Influencia de las condiciones y ambientes laborales en la satisfacción laboral de trabajadores en la Empresa DCR Minería y Construcción. Arequipa; se utilizó la metodología cuantitativa paradigma positivista y un diseño correlacional de corte longitudinal, como universo poblacional al personal que labora en la empresa minera en mención de los diferentes plantas de producción, se les aplico dos cuestionarios para la medición de ambas variables y sus dimensiones a través de un formato impreso de preguntas, llegando a la conclusión que los ambientes y condiciones laborales que

ofrece la empresa influyen positivamente en la satisfacción laboral de los trabajadores .

Gonzales y López (2018) en su investigación; Situación laboral y su influencia en la satisfacción laboral del personal que labora en la empresa Quieroz Galva S.A. Imata; Arequipa; la investigación se desarrolló bajo la metodología cuantitativa, a través de un diseño relacional transaccional, se tomó como muestra representativa a los trabajadores de la empresa en mención, para la medición de las variables y procesamiento de datos se utilizó dos instrumentos los cuales fueron aplicados a través de un formato impreso “cuestionario”, llegando a concluir que; debido a la mala situación laboral y por las condiciones laborales que se vienen presentando está relacionada con un nivel alto de insatisfacción laboral por parte de los trabajadores

Castro, Guillén, Romani y Rojas (2011) en su investigación; Calidad en los servicios de las empresas de vigilancia y seguridad en el Callao, Lima, Perú, en el desarrollo del presente estudio se utilizó la metodología cuantitativa, aplicando un diseño descriptivo longitudinal, para la medición de nuestra variable de investigación se aplicó un formato impreso a través de un cuestionario de preguntas modelo “TQM”, se tomó como universo poblacional al personal de vigilancia y seguridad de la empresa en mención, llegando a la conclusión que; la empresa muestra un nivel significativamente alto de servicio y desempeño lo cual quedo demostrado con la satisfacción de los clientes y/o usuarios a los cuales la empresa presta servicios.

1.1. Bases Teóricas

1.1.1. Motivación Laboral

La motivación por el trabajo comenzó en Europa alrededor del siglo XVIII. La cual se dio al transformar un taller artesanal a cargo de centenares de trabajadores con diferentes objetivos e intereses y distintas formas de pensar en las opciones laborales que realizaban operando

diferentes tipos de máquinas; Esto ha tenido una influencia significativa en el nivel de productividad laboral y ha impulsado la motivación.

Para que esto se pueda dar era necesaria hallar una proporción entre los intereses de los administradores y el trabajador. Así, en 1920 se fundó la (OIT), Organización Internacional del Trabajo, organismo que lucha por el bienestar de los trabajadores, empezando a considerar la importancia y satisfacción de cada trabajador y se comenzaron a promulgar leyes relativas a los escenarios de trabajo.

Desde entonces, ha habido una serie de diferentes concepciones discutidas con respecto a la motivación laboral; las cuales son las siguientes:

Robbins y Decenzo (2002) lo definen como “el proceso de inducir a una persona a realizar acciones que satisfagan algunas de sus necesidades y alcancen las metas deseadas por el motivador”. (p. 5)

Paez (2012) Es el proceso de incentivar a un trabajador para que se realice una acción que satisfaga alguna de sus necesidades y alcance alguna meta deseada. (p. 7).

Stoner, Freeman y Gilbert (2006); definen a la motivación como “la naturaleza de la psicología humana y abarca los factores que generan, guían y sostienen el comportamiento humano. Lo que hace que la gente trabaje”. (p. 8)

Chiavenato (2012) la define como “la consecuencia de la relación de una persona con las circunstancias que lo rodean”. (p. 9). Asimismo, sostiene que cuando hay una interacción entre la persona y la situación que está viviendo, es necesario despertarla, y el resultado de esa interacción permite que la persona esté o no motivada. Lo que obtengo de esta interacción es construir mi significado sobre mi motivación.

Butterfield. (2005) afirma que la “La motivación es lo que hace que una persona actúe y actúe de una manera particular. Es intelectual, fisiológica y psicológica lo que determina con qué fuerza y en qué dirección se dirige la energía en una situación dada. Es una combinación de procesos motivacionales. (p.98)

Morris (2001) agrega que la motivación generalmente se refiere al estado interno de estimular el comportamiento y dirigirlo hacia una meta particular.

Peale, (2006) afirma: “la palabra motivación debe comenzar por entender que se compone de otras dos palabras: motivación y acción, razón por la cual impulsamos la acción. (p.43)

Maslow (1997) confirma que es una señal o énfasis descubierto por un sujeto para un medio particular de solucionar una carencia, recreando o incrementando así la propulsión necesaria para poner en acción o detener esos medios o acciones.

1.1.2. Teorías motivacionales

- **La jerarquía de necesidades de Maslow**

Aquí se establece que las personas se tiene un conjunto de necesidades que tenemos satisfacer. Para ello, Maslow crea plantea lo siguiente en la jerarquía de las necesidades:

- **De autorrealización**

Se dirige a las personas que están buscando lograr que las personas se sientan mejor sobre lo que están haciendo; como la práctica de deportes y dibujos, retratos.

- **De reconocimiento**

Construyen la autoimagen y la autoestima. Ejemplo: Felicitaciones por ganar o lograr premios.

- **De seguridad**

Asistencia a las personas a sentirse protegidas, como familiares y amigos.

- **Sociales**

Promueven la interacción entre las personas haciendo amigos y uniéndose a grupos sociales.

- **Fisiológicas**

Abordan necesidades físicas esenciales como la dieta, la respiración y el sueño. Se deben cubrir todas las necesidades desde las básicas hasta las próximas necesidades. Es decir, hasta que no se cubren las necesidades fisiológicas no se puede pasar a las necesidades de seguridad y así sucesivamente.

- **Teoría de la motivación e higiene**

Según Herzberg plantea:

Los factores de:

- Higiene, los cuales están relacionados con la insatisfacción.
- Motivador, relacionado con la satisfacción.
- De higiene relacionado con la insatisfacción.

Estos se presentan por estar fuera del propio, se da en un ambiente donde las personas desarrollan su trabajo. Están asociados con la insatisfacción. Sobre todo, deben mencionarse.

- Las circunstancias de trabajo; remuneraciones y sueldos
- Relaciones con compañeros y supervisores y cultura de la

empresa.

- Reglas que rigen el trabajo diario. Seguridad del ambiente de trabajo.
- Los factores motivacionales relacionados con la satisfacción son internos, que son las principales causas de satisfacción, ya que se centralizan en el contenido del trabajo y las labores que se desarrollan.

Herzberg enumera los siguientes:

- Reconocimientos
- Responsabilidad
- Desarrollo propio en el trabajo
- Perfeccionamiento y logros en el trabajo

- **Teoría de la expectativa**

Una de las explicaciones motivacionales que tiene más aceptación en la actualidad de Victor Vroom. Aunque presenta algunas críticas y observaciones, la mayoría de los datos de investigación respaldan esta teoría.

Establece que la fuerza de la inclinación a comportarse de una manera particular depende de la fuerza de la expectativa de que la acción producirá un resultado particular, y el atractivo de ese resultado beneficiará al individuo. En un sentido más práctico, la teoría de las expectativas establece que cuando los empleados creen que el trabajo arduo los llevará a obtener buenos resultados, están motivados para trabajar más duro. Las buenas calificaciones conducen a recompensas organizacionales, como bonos, aumentos o promociones. Las recompensas estarán alineadas con

las metas del empleado. Hay tres relaciones: para ello propone la siguiente relación:

- A. Esfuerzo – desempeño:** La posibilidad de que una persona reconozca que un esfuerzo particular conduce al logro y buen desempeño
- B. Desempeño – recompensa:** El nivel en que se considera que un cierto nivel de desempeño conduce al logro de un resultado deseado.
- C. Recompensa – metas personales:** El nivel en que la recompensa organizacional están alineadas con la meta o necesidad individual y la conveniencia de esas recompensas potenciales.

La motivación de una persona para trabajar depende de los logros o metas que desea lograr en el trabajo y de las posibilidades reales de alcanzar esas metas. Si estas obras son de beneficio suficiente para la persona que realizó las acciones que las motivaron, absténgase de hacerlo.

En palabras de Vroom: Las personas se sentirán motivadas a hacer algo para lograrlas si están convencidas del valor de sus metas y de que sus labores favorecerán positivamente a su consecución”. El esfuerzo que desarrollen estribará de varios factores.

- Premia la importancia de sus logros para el tema y su probabilidad de logro.
- Capacidad para lograr los resultados esperados en términos de crecimiento profesional y personal.

1.1.3. Dimensiones de la motivación laboral

A. Condiciones del lugar

Chiavenato (2012) según los informes, el Consejo Nacional de Investigaciones comenzó a experimentar en la planta Hawthorne Western Electric en 1927 evaluando la relación entre la irradiación y las eficiencias de los operadores medidos por la producción. Elton Mayo fue el coordinador del experimento, pero encontraron que los resultados de las pruebas estaban influenciados por variables de carácter psicológico, por lo que el experimento duró hasta 1932. Consta de 4 fases:

- **Primera fase:**

Se seleccionaron dos grupos de trabajadores para la misma tarea y en las mismas condiciones. El grupo de observación trabajó con intensidad de luz variable y el grupo de control trabajó con intensidad de luz constante. Descubrieron que estaban involucrados factores psicológicos, lo que significa que los trabajadores sentían que debían producir más cuando la intensidad aumentaba y menos cuando la intensidad disminuía.

- **Segunda fase:**

Se instaló un equipo de observación en el que cinco mujeres jóvenes instalaron un interruptor y un sexto operador suministró las piezas necesarias para completar el trabajo. La sala de ensayo está separada del apartamento (donde hay un control) por un tabique de madera. Resultó que el trabajo en la sala de ensayo era divertido y los supervisores no eran estrictos, que los empleados se divertían y se hicieron amigos y formaron un equipo.

- **Tercera fase:**

Se puso en marcha una actividad a través de entrevistas a trabajadores para conocer sus cualidades, sus actitudes y emociones, escuchar sus puntos de vista sus opiniones sobre el trabajo y el trato recibido y sugerencias sobre cómo tratar a sus jefes. En base a esto, se estableció el Departamento de Investigación Industrial para ampliar el programa de encuestas anuales de todos los empleados.

- **Cuarta fase:**

El sistema de remuneración se basaba en la producción en grupo, con salarios por hora basados en factores y salarios mínimos por hora en caso de cese de producción. Los salarios se pueden aumentar aumentando la producción total, el supervisor puede confirmar que los operadores de la sala de prueba usaron varios trucos. El grupo ideó formas de afirmar su posición, viendo al denunciante como un miembro que está causando daño a un colega y que probablemente sea presionado para 'estabilizar' su producción a través del castigo.

Las condiciones del sitio, ya sean positivas o negativas, afectan directamente el funcionamiento y/o la productividad de los empleados dentro de una empresa, por lo que es importante brindar instalaciones óptimas en cuanto a iluminación, infraestructura y ruido para garantizar que los empleados se sientan bien con su trabajo seguros de hogar y salud, en este sentido puede desarrollarse en beneficio propio y a favor de la empresa.

B. Incentivos

Chiavenato (2012) menciona que Taylor (1878) comenzó su carrera como empleado en Midvale Steel Company, donde después de graduarse del Instituto Stevens fue capataz, gerente de almacén e ingeniero. En ese momento, el sistema de pago era por pieza o por cada tarea. Los empleadores intentaron maximizar las ganancias fijando los precios de la mano de obra, finalmente que los operadores redujeron las tasas de producción para nivelar los salarios unitarios. Esto llevó a Taylor a investigar el problema de la producción y plantear una alternativa de solución la cual satisfaga a los empleadores y trabajadores.

- **Primer periodo de Taylor:**

Empezó de abajo hacia arriba, con operadores nivelados, analizando pacientemente las tareas de cada operador, dividiendo sus movimientos y procesos de trabajo para hacerlos completos y lógicos, dándose cuenta de que un trabajador típico es mucho menos de lo que posiblemente podría producir. Concluyo que cuando el trabajador más productivo se da cuenta de que se le paga lo mismo que a su colega peor pagado, eventualmente descansa, pierde interés y deja de producir a su capacidad.

- **Segundo periodo de Taylor:**

Se concluyó que la racionalización de las tareas operativas debe sustentarse en la estructura general de la empresa de acuerdo con la aplicación de sus principios. Allí recibió una licenciatura en administración pública, a la que llamó administración científica. Sin embargo, no prestó atención a la tarea del operador.

Los incentivos deben ser políticas de la empresa claras, precisas, oportunas y apropiadas que abarquen múltiples niveles, áreas y ubicaciones, y deben desarrollarse con diferentes evaluaciones para cada empleado en función del resultado. Los empleados que dan satisfacción con la empresa y no tienen que participar en la competencia si tiene sentido recompensar todos los esfuerzos, monetarios o no monetarios.

C. Satisfacción laboral

Herzberg (1959), para explicar mejor la conducta de las personas en el lugar de trabajo, construimos la Teoría de la Motivación de la Higiene o la Teoría de los Dos Factores y postulamos que dos factores impulsan el comportamiento de las personas.

- **Factores higiénicos:**

Es un ambiente alrededor de las personas y su trabajo. Es la diferencia que los empleados no tienen control. Algunos de los aspectos más importantes de la higiene son los salarios, los beneficios de salud, el tipo de asesoramiento o atención que recibe el supervisor, el cuerpo y ambiente de trabajo, y las políticas y normas internas de la empresa.

- **Factores motivacionales**

Son variables sobre las que un individuo tiene control porque están directamente relacionadas con las actividades que realizan y realizan los trabajadores. Estos incluyen sentimientos relacionados con el crecimiento personal, el reconocimiento profesional y la necesidad de logro en el trabajo.

La satisfacción laboral se describe a las diversas situaciones

que los empleados de una empresa esperan para cumplir con las expectativas relacionadas con el trabajo, como el dinero, las conexiones y la seguridad. Por un lado, si se fortalece la satisfacción laboral de los empleados, el compromiso con la empresa será mayor. De lo contrario, no pondrás el esfuerzo adecuado en tus actividades diarias, lo que dificultará el logro de tus objetivos.

1.1.4. Calidad

Los modelos de medición de calidad se han desarrollado con el objetivo de tener un método estructurado para medir las percepciones subjetivas de los usuarios de un servicio en particular, tales como el grado en que se ven afectados por su percepción, satisfacción o resentimiento, o los diversos factores que los componen.

Deming (1989) afirma que la calidad es una indagación constante para mejorar la satisfacción del cliente. Esto parece obvio, ya que el objetivo de la empresa no puede contradecirse por el hecho de que es satisfacer los requisitos de sus clientes proporcionando un producto de alta calidad a un precio inferior o igual al de sus competidores.

Juran (1996) sostiene que es el resultado de sus características que crean la satisfacción del cliente” (p. 9).

Atencio y Gonzales (2007) agregan que la calidad debe satisfacer las necesidades de nuestros clientes, lo que crea la importancia de la calidad en todas las empresas.

Pizzo (2013) La calidad también se puede definir como el resultado de la evaluación del consumidor sobre el desempeño y la entrega del servicio.

1.1.5. Calidad de servicio

Este concepto ha tenido diferentes definiciones a lo largo del tiempo desde su surgimiento, se asocia con la gestión y se acelera con el estatus social.

La calidad del servicio consiste en satisfacer las expectativas del cliente para que un servicio en particular satisfaga sus necesidades y deseos.

Larrea (2013) afirma que la Calidad de Servicio “consiste en satisfacer las expectativas del cliente” De igual forma “Es un requisito para satisfacer las necesidades y deseos de los clientes en los contratos y el uso. ”

Hernández y Atención (2009) sostiene que es una herramienta competitiva para los nuevos clientes que necesitan implantar una cultura organizada que prometa que todas las personas involucradas en la empresa seguirán un nuevo proceso de gestión y mejora para lograr la fidelización y captación de clientes.

Parasuraman, Zeithaml y Berry (1985) manifiestan que la calidad del servicio es el grado en que las percepciones de los consumidores no coinciden con las expectativas. En este sentido, Parasuraman enfatiza que la calidad perceptiva general ocurre cuando la calidad del experto coincide con la calidad esperada, o cuando la recepción y la experiencia coinciden con las expectativas que surgen para ese servicio.

Juran (1996) suma que los temas de control de calidad en la industria de servicios son relevantes porque representan la competitividad y diferenciación del producto o servicio brindado.

Deming (2007) trata de lograr la satisfacción del cliente definiendo adecuadamente todos sus requisitos y ejecutándolos en un proceso eficiente. Esto permite a las organizaciones ser competitivas en la industria y

beneficiar a sus clientes a un precio razonable.

Jhon (2012) menciona sobre la calidad de servicio: las actitudes de "hechos, actividades o desempeños" formadas por evaluaciones generales a largos plazos de los desempeños de las empresas.

Kurtz (2012) al explicar la calidad que se espera y la que se percibe de varios servicios, tiene un gran impacto en la competitividad de una empresa.

Sosa (2006) establece que la calidad no es un atributo de un producto o servicio, sino una característica de las personas que puede utilizarse para garantizar un Servicio de calidad.

- **Trilogía de Jurán**

- a) Planeación,

- b) Control y

- c) Mejoramiento de la calidad

Los tres procesos están interconectados. El proceso se inicia al planificar la calidad. Su objetivo es proporcionar a las operaciones un medio para la producción de bienes que satisfaga los requerimientos del cliente. Cuando el plan está completo, se transfiere al personal de operaciones, donde se lleva a cabo la producción. Posteriormente debe analizarse qué cambio debe realizarse en los procesos para lograr un mejoramiento en la calidad.

1.1.6. Importancia

Una de las formas más importantes en que una empresa puede diferenciarse es proporcionar una fuerte ventaja competitiva y brindar constantemente servicios de alta calidad que conduzcan a un mejor desempeño en términos de productividad organizacional y ganancias.

Muchas organizaciones de servicios se han esforzado por garantizar que sus clientes reciban un servicio consistente y de alta calidad en todas las interacciones de servicio.

Los temas de control de calidad en la industria de servicios son relevantes porque representan la competitividad y diferenciación del producto o servicio brindado. Por eso reflexiono sobre las realidades y desafíos de la gestión de la calidad en las empresas de servicios”.

Por este motivo, usted está en contacto directo con los usuarios de nuestros servicios, por lo que es importante que los proveedores de servicios definan y comuniquen cualitativamente sus necesidades.

La calidad del servicio siempre depende de la situación en cuestión y el factor más importante en la interacción entre empleado y cliente, su calidad.

Pero como trabajamos con personas que piensan, hablan y hacen, los errores son inevitables, porque trabajamos con otras cosas que no podemos arreglar. Dado que la mayoría de estas situaciones ocurren donde se encuentra el cliente, el tiempo de servicio es más largo de lo esperado.

Como puede ver, la calidad del servicio desempeña un papel muy trascendental en la empresa. De hecho, esto afecta no solo a nuestras ventas, sino también a la imagen y confianza que nuestros clientes depositan en nuestros productos y servicios.

Los clientes insatisfechos significan el uso de la empresa y la pérdida de imagen. Por el contrario, estamos contentos con nuestros

servicios y productos, adquirimos clientes leales y publicitamos nuestras nominaciones y mayores ingresos de forma gratuita.

1.1.7. Dimensiones de la calidad

Servqual: Los cinco conceptos que fundamentan la teoría de la medición de la calidad del servicio abordan la mayoría de los aspectos que los clientes evalúan al distinguir sus expectativas de sus percepciones:

(a) Constituyen los elementos tangibles que representan la apariencia física de objetos, equipos y otros. Materiales relacionados con la prestación del servicio

(b) Confiabilidad, lo que significa que los clientes pueden estar seguros de que recibirán los servicios de manera adecuada y con dignidad.

(c) Capacidad de respuesta, la voluntad de los empleados de apoyar a los clientes a través del compromiso cuantitativo y cualitativo con un producto o servicio clave. (Larrea, P., 2013) En este estudio, esto también corresponde al mismo servicio acelerado.

(d) Seguridad, que indica el grado de conocimiento que tiene un empleado a la hora de comunicar información a un cliente. Finalmente,

(e) Empatía es el cuidado y preocupación individual que una empresa brinda a un cliente.

1.1.8. Componentes de la calidad de servicio

Vargas y Aldana, (2014) plantean lo siguiente:

Los clientes evalúan la calidad del servicio a través de los siguientes factores:

- **Confiabilidad**

Capacidad para proporcionar servicios seguros, precisos y continuos. Confiabilidad significa que obtiene el servicio correcto la primera vez. Por ejemplo, los consumidores pueden cuestionar si se puede confiar en sus proveedores de servicios. Si la factura de teléfono, gas o electricidad refleja correctamente el consumo.

- **Accesibilidad**

Las empresas de servicios necesitan facilitar la comunicación con el cliente y un servicio rápido. Esta expectativa la cumplen, por ejemplo, las empresas que atienden las llamadas de los clientes.

- **Respuesta**

Esto indica la voluntad de asistir y brindar un servicio rápido. La demanda de los consumidores por esto está aumentando aspiramos ser atendidos sin esperas. Los ejemplos de respuesta encierran responder rápidamente a la llamada de un cliente o servir el almuerzo a alguien que tiene prisa.

- **Seguridad**

Los consumidores deben ser conscientes de que no hay riesgo en los servicios prestados y que no hay riesgo o duda en cuanto a la utilidad de los beneficios. Por ejemplo, un cliente no debe dudar de la conveniencia de reparar su automóvil.

- **Empatía**

Significa tomar el punto de vista del cliente y saber cómo se siente en su nombre. Es un sustituto del cliente, teniendo en cuenta las expectativas y necesidades del cliente.

- **Tangibles**

Las instalaciones físicas y el equipo de una organización deben estar lo más limpios y limpios posible y presentarse de una manera que se adapte a las capacidades de cada organización, así como a sus empleados.

1.1.9. Clientes internos y externos

- **Cliente**

Caballero (2002) señala que es un individuo o grupo de personas que satisfacen sus necesidades obteniendo los bienes y servicios producidos por otra persona o grupo de personas en el proceso de producción. “Esa es la razón de ser de la empresa, su cultura de servicio, ya eso apunta todo.

- **Cliente interno**

Los clientes internos son empleados dentro de la misma organización que dependen unos de otros para apoyarse mutuamente y proporcionar bienes y servicios para desempeñar sus funciones de manera eficiente.

- **Cliente externo**

Por otro lado, cabe señalar que un cliente externo es una persona que tiene las características físicas de ser un comprador de bienes y

servicios de una empresa, como una empresa, y el término cliente se refiere a estas personas naturales.

1.1.10. Calidad en las empresas en el sector Seguridad y Vigilancia en el Perú

La calidad de una empresa de seguridad está relacionada con su capacidad para cumplir con los requisitos de los clientes que se presentan en los diferentes niveles. A nivel individual necesitamos agentes que hayan terminado el bachillerato y hayan sido capacitados por la empresa.

Luego debe pasar pruebas de Condiciones laborales a nivel de confiabilidad, lo que le permite ser asignado a un arma. Se colocan en varios puestos de la empresa en función de sus capacidades, pero en principio todo el personal debe ser capaz de manejar equipos de monitorización y comunicación.

Por último, están los requisitos de rendimiento. El supervisor es responsable de garantizar que el agente llegue a tiempo, de mantener limpio el espacio de trabajo y de presentar los informes a tiempo.

Existe una norma de calidad para el sector de la seguridad privada conocida como GCSSP001:2012. Establece un marco de gestión para la planificación de acciones y la toma de decisiones necesarias para identificar y cumplir con los requisitos del cliente. Esta norma estandariza el proceso de reclutamiento, selección, confiabilidad y competencia profesional del personal, y un seguimiento efectivo.

Es por eso que, al adoptar este estándar, las empresas de seguridad privada pueden satisfacer a sus clientes y mejorar perenemente sus procesos. También establece requisitos generales que permiten a las empresas, independientemente del tamaño y la naturaleza de sus

actividades, implementar un sistema integral de gestión de la calidad de acuerdo con sus requisitos y los requisitos del cliente.

1.2. Marco conceptual

1.2.1. Motivación laboral

La motivación en el trabajo es esencial para la vida diaria de los empleados. Esto representa un cambio positivo y un medio para mantener un entorno atractivo y dinámico en el proceso de hacer el trabajo.

1.2.2. Satisfacción laboral

Esto es comprensible cuando un empleado se siente motivado, feliz y satisfecho con su trabajo. Esta ocurre cuando los empleados sienten seguridad laboral, avance profesional y un equilibrio cómodo entre el trabajo y la vida personal.

1.2.3. Incentivos

Puede verse como un beneficio después de lograr el objetivo. Por lo tanto, los incentivos motivan a las personas a realizar tareas específicas de manera más adecuada y rápida, mejorando así el desempeño.

1.2.4. Calidad de servicio

Es un conjunto de habilidades y actividades diseñadas para mejorar el servicio al cliente y la relación entre los consumidores y las marcas; construyendo buenas relaciones y un ambiente positivo, solidario y amigable para asegurar que sus clientes dejen una buena impresión.

1.2.5. Satisfacción del cliente

Kotler y Armstrong, (2013) Es el sentimiento de alegría o decepción que surge al comparar la experiencia (o resultado esperado) del producto adquirido con el potencial de utilidades anteriores.

1.2.6. Preferencia del cliente

Homburg y Giering (2011) desde un punto de vista cognitivo, se refiere a cuando un cliente se fideliza y/o fideliza a través del reconocimiento de las características de un producto. El servicio de los bienes también se refiere a las calificaciones del personal que lo proporciona. Por lo tanto, se tienen en cuenta todas las preferencias de los clientes por los servicios bancarios del proveedor de servicios.

1.2.7. Las condiciones de trabajo de la empresa

Es hacer una empresa sana para que los empleados brinden el mejor servicio, produzcan los mejores productos, se diferencien de la competencia y las mejores personas quieran trabajar para su empresa, es una condición que produce la utilidad necesaria para funcionar.

CAPÍTULO III

MÉTODO

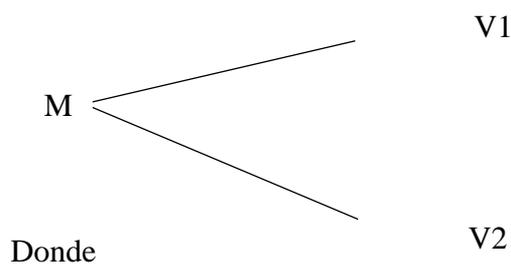
3.1. Tipo de investigación

Según Tamayo (2005) estará basado en la metodología cuantitativa, ya que los resultados a los que se llegue serán en función a cantidades y estadísticas, asimismo se trabajara sobre el paradigma positivista no experimental, porque no se realizara la manipulación de ninguna variable.

3.2. Diseño de investigación

Es un diseño relacional-transversal, con el propósito de dar a conocer el nivel de correlación entre las variables de estudio

Su esquema es el siguiente:



M = Muestra

Variable: 1 = Motivación laboral

Variable: 2 = Calidad de servicio

R = Relación entre variables

3.3. Población y muestra

i. Población

El universo poblacional estará constituido por el personal de seguridad y vigilancia que labora en la empresa VISESJA S.A.C, ubicada en la ciudad del puerto de Ilo- Moquegua; según Tamayo (2008) los cuales constan de 160 vigilantes y/o personal de seguridad.

ii. Muestra

Se tomará como muestra representativa a toda la población de vigilantes y agentes de seguridad de la empresa VISESJA S.A.C, del puerto de Ilo; utilizando el muestreo no probabilístico del tipo censal

Tabla 2

Población

	Empresa	N° Agentes
	WISESJA S.A.C.	160
Total		160

Nota: Registros de empresa

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica aplicada para medir a las variables fue la encuesta mediante escalas ordinales y como instrumentos se considero al cuestionario conformado por ítems impresos para su aplicación a la muestra seleccionada. Los instrumentos fueron sometidos a una validación de juicio de expertos pese a que ya fueron

validados en múltiples estudios, pero al ser contextualizados para la presente investigación es que fue necesario validarlos nuevamente por expertos para asegurar su confiabilidad a los instrumentos.

b. Validez y confiabilidad de los instrumentos

Hernández-Sampieri (2018), al hablar de la validez, propuso que: "alude al grado en que un instrumento efectivamente mide la variable que procura cuantificar." En otros términos, como respalda Bernal (2010, p. 214), "un instrumento de medición se considera válido cuando mide lo que se propone medir." Los métodos de validación empleados en el proceso de validación de pruebas suelen agruparse en tres categorías significativas: validez de contenido, validez predictiva y validez de constructo. A partir de lo expresado, podemos concebir la validación de instrumentos como el proceso de determinar la capacidad de dichos instrumentos para medir las características para las que fueron diseñados.

i. Validez de contenido mediante juicio de expertos

Reyes & Boente (2018) expresaron que: "la validez sustantiva de un cuestionario se logra cuando sus componentes forman una representación adecuada de las propiedades destinadas a la medición" (p. 154). En esta investigación, los instrumentos fueron validados mediante la evaluación realizada por individuos con experiencia sobre el tema. Dentro de este marco procedimental, se buscaron las perspectivas de docentes universitarios con destacada experiencia en el campo. Las validaciones se dieron utilizando una lista

de validación. Esto se corrobora en los anexos.

ii. Confiabilidad del instrumento

Valderrama (2018) manifestó que "un cuestionario es tenido por confiable si arroja resultados persistentes al ser sometido en diversas instancias" (p. 215). Carrasco (2019) caracterizó la confiabilidad como "la cualidad y rasgo de un dispositivo de medición que le permite obtener resultados idénticos al ser aplicado una o más veces a la misma persona o conjunto de individuos en distintos intervalos temporales" (p. 339). Derivado de lo expuesto, podemos conceptualizar la confiabilidad como el procedimiento por el cual el investigador verifica que el instrumento sea confiable, es decir, que, al ser utilizado en instancias distintas o repetidas, produzca resultados homogéneos. Este factor conferirá una medida que se considere aceptable en relación con su consistencia interna.

Para evaluar la confiabilidad del cuestionario respecto a las variables de rendimiento en el ámbito y la satisfacción, se llevará a cabo un ensayo preliminar. Este se ejecutará en las mismas circunstancias que el quehacer real. En consecuencia, se elegirá un reducido conjunto de usuarios con atributos análogos a la muestra seleccionada en la investigación. Se empleará el Coeficiente Alfa de Cronbach, que escruta la solidez de los elementos. Sus valores fluctúan entre 0 y 1, donde 0 refleja escasa solidez y 1 denota una solidez absoluta. El coeficiente α de Cronbach se calculará mediante un software estadístico, exhibiendo que el dispositivo posee una elevada solidez.

Resultados del alfa de Cronbach

El resultado que se alcanzó en ambos instrumentos fue el siguiente:

Para cuestionario de desempeño; la prueba piloto aplicada arrojó un resultado de 0,893, siendo el nivel de fiabilidad aceptable para el instrumento a utilizarse, ya que el resultado fue menor a 1.

Tabla 3.

Análisis de confiabilidad. Cuestionario de Motivación laboral

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,704	20

Nota: elaboración propia

Para el cuestionario de motivación laboral; la prueba piloto aplicada arrojó un resultado de 0,704, siendo el nivel de fiabilidad aceptable para el instrumento a utilizarse, ya que el resultado fue menor a 1.

Tabla 4.

Análisis de confiabilidad. Cuestionario de Calidad de servicio

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,769	24

Nota: elaboración propia

Para el cuestionario de calidad de servicio; la prueba piloto aplicada arrojó un resultado de 0,769, siendo el nivel de fiabilidad aceptable para el instrumento a utilizarse, ya que el resultado fue menor a 1.

3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos

Llegado el momento de examinar la interconexión entre las variables, se recurrió a la Correlación de Pearson, una evaluación no paramétrica encargada de cuantificar la discrepancia que existe entre las variables al poner en escena los datos en tablas de contingencia. La exploración se sirve de tablas estadísticas y representaciones gráficas para llevar a cabo la escudriñación e interpretación de los datos obtenidos. Esta evaluación arroja luz sobre la refutación de la hipótesis nula. Por último, procederemos a contestar al principal propósito planteado y, de esta manera, cerraremos el capítulo concluyente, además de proponer orientaciones para futuras investigaciones en esta misma línea de estudio. Para los cálculos estadísticos, se hizo uso del Software libre Jamovi, un programa informático de naturaleza estadística ampliamente aceptado en las ciencias sociales, conocido por su manejo accesible y ampliamente reconocido en la comunidad científica.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Resultados sociodemográficos

Tabla 5

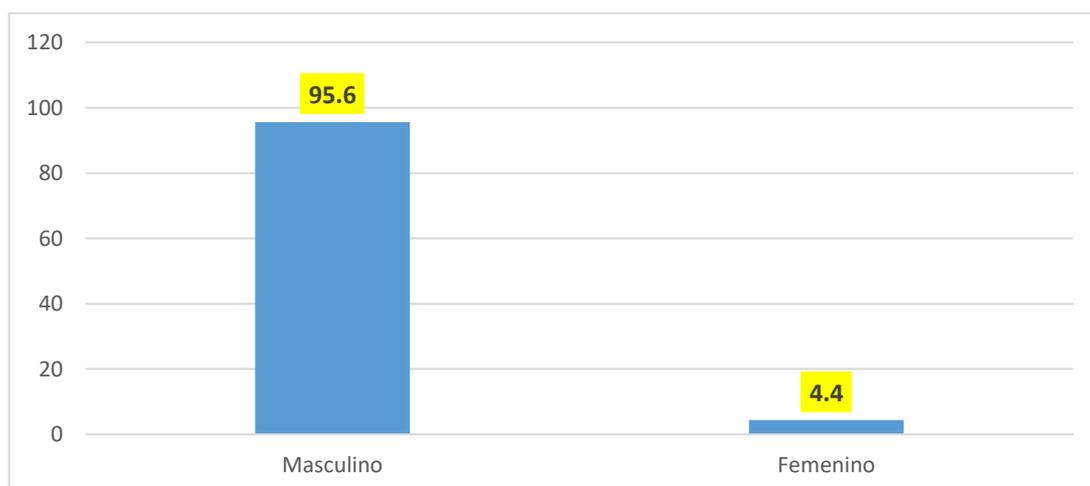
Sexo de los encuestados

	fi	%
Masculino	153	95.6 %
Femenino	7	4.4 %

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios

Gráfico 1

Sexo de los encuestados



Nota: Elaboración propia

Interpretación

En la tabla 5 y gráfico 1 se observa que el sexo predominante es el masculino con un 95.6%, seguido del femenino con un 4.4%.

Tabla 6

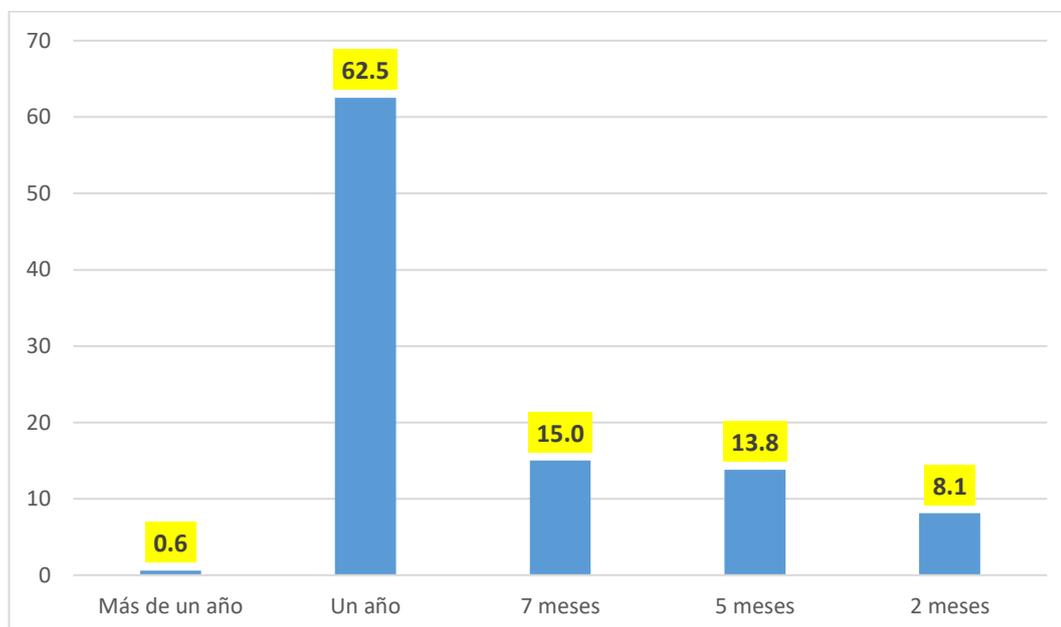
Tiempo de trabajo de los encuestados

Tiempo de trabajo	fi	%
Más de un año	1	0.6
Un año	100	62.5
7 meses	24	15.0
5 meses	22	13.8
2 meses	13	8.1

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios

Gráfico 2

Tiempo de trabajo de los encuestados



Nota: Elaboración propia

Interpretación

En la tabla 6 y gráfico 2 se observa que el tiempo predominante de trabajo es el de un año con un 62.5%, seguido de los 7 meses con un 15% y los 5 meses con un 13.8%.

Cabe destacar que el 100% de los colaboradores encuestados es contratado.

Tabla 7

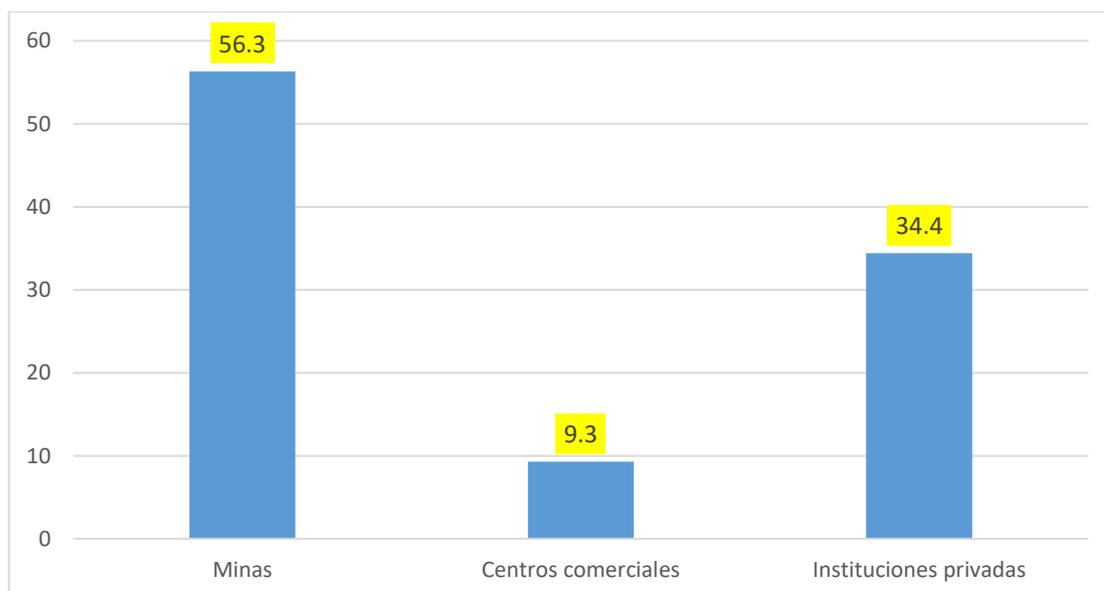
Área de trabajo de los encuestados

Tiempo de trabajo	fi	%
Minas	90	56.3 %
Centros comerciales	15	9.4 %
Instituciones privadas	55	34.4 %

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios

Gráfico 3

Área de trabajo de los encuestados



Nota: Elaboración propia

Interpretación

En la tabla 7 y gráfico 3 se observa que área de trabajo más predominante son las minas con un 56.3%, seguido de instituciones privadas con un 34.4% y los centros comerciales con un 9.3%.

4.2. Resultados del cuestionario para medir la motivación laboral en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo

Tabla 8

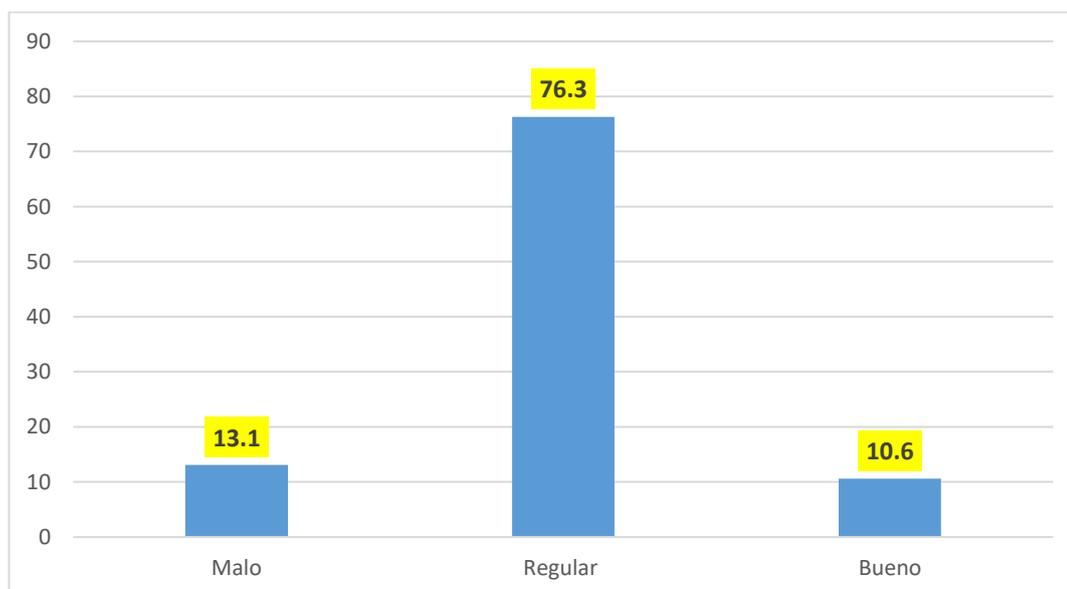
Dimensión de condiciones laborales

Niveles	Rango	fi	Porcentaje
Malo	8 – 19	21	13.1%
Regular	20 – 29	122	76.3%
Bueno	30 – 40	17	10.6%
Total		160	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios

Gráfico 4

Condiciones laborales



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al analizar los resultados obtenidos en la tabla 8 correspondiente a la dimensión condiciones laborales; se determina que fue percibida en un nivel regular con el 76.3%, en un nivel malo con el 13.1%; finalmente con el 10.6% se encuentra en un nivel bueno.

De los resultados obtenidos se puede concluir que la mayoría, es decir el 76% de los encuestados de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. manifiestan condiciones laborales regulares, es decir, perciben niveles de seguridad, mantenimiento, iluminación, ruidos y ambiente laboral regulares.

Tabla 9

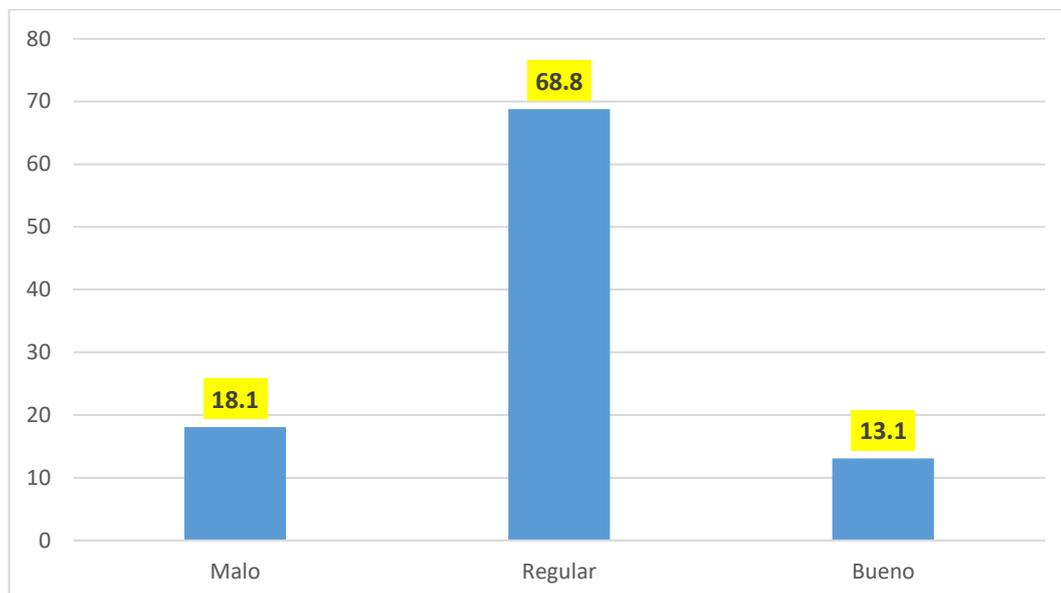
Dimensión incentivos

Niveles	Rango	fi	Porcentaje
Malo	6 – 14	29	18.1 %
Regular	15 – 22	110	68.8 %
Bueno	23 – 30	21	13.1 %
Total		160	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios

Gráfico 5

Incentivos



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al evaluar el resultado obtenido en la tabla 9 de la dimensión incentivos; se determina que fue percibida en un nivel regular con el 68.8%, en un nivel malo con el 18.1%; finalmente con el 13.1% en un nivel bueno.

Del resultado obtenido se puede concluir que la mayoría 69% de los encuestados de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. manifestó que las expectativas que se realiza se encuentran en un nivel regular, es decir, la empresa de seguridad les brinda regularmente reconocimientos materiales y afectivos, capacitaciones al ingresar y continuas, remuneraciones y ascensos.

Tabla 10

Dimensión satisfacción laboral

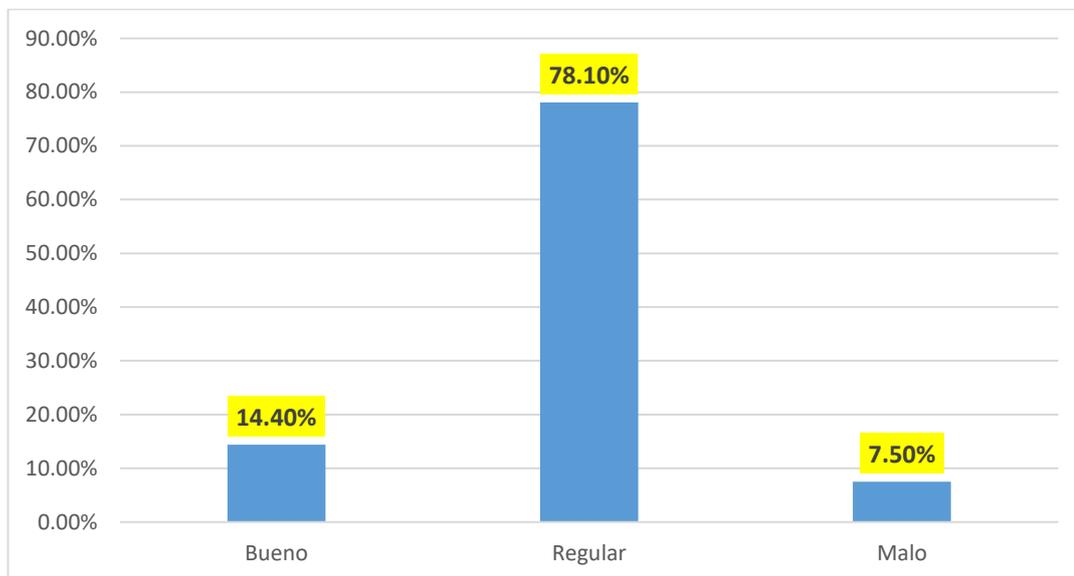
Niveles	Rango	fi	Porcentaje
Malo	4 – 9	23	14.4%
Regular	10 – 15	125	78.1%
Bueno	16 - 20	12	7.5%

Total	160	100%
--------------	------------	-------------

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios

Gráfico 6

Satisfacción laboral



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al evaluar el resultado obtenido en la tabla 10 de la dimensión satisfacción laboral; se observa que esta se realiza en un nivel regular con el 78.1%, bueno en un nivel de 14.4%; finalmente que solamente el 7.5% se encuentra en un nivel malo.

Del resultado obtenido se concluye que la mayoría, es decir un 78% de los encuestados de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. manifestó que la dimensión Satisfacción laboral se viene desarrollando en un nivel regular, es decir, es regular en cuanto a la comunicación entre niveles, trabajo en equipo y cumplimiento de objetivos y expectativas.

Tabla 11

Variable motivación laboral

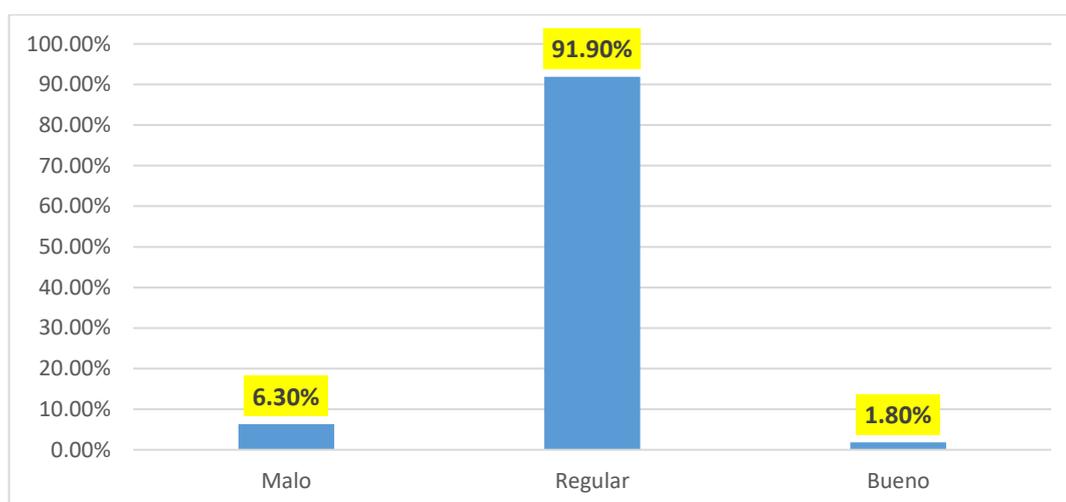
Niveles	Rango	fi	Porcentaje
---------	-------	----	------------

Malo	20 – 47	10	6.3%
Regular	48– 73	147	91.9%
Bueno	74 - 100	3	1.8%
Total		160	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios

Gráfico 7

Motivación laboral



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al evaluar el resultado obtenido en la tabla 11 de la motivación laboral; se determina que fue percibida en un nivel regular con el 91.9%, en un nivel regular, con el 6.30% en un nivel malo; finalmente que el 1.8% está en un nivel bueno.

Del resultado obtenido se puede concluir que la mayoría, es decir el 92% de los encuestados de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. manifestó que la motivación laboral se viene desarrollando de manera regular, respecto a las condiciones laborales, incentivos y satisfacción laboral de los colaboradores.

4.3. Resultados del cuestionario para medir la calidad de servicio en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo

Tabla 12

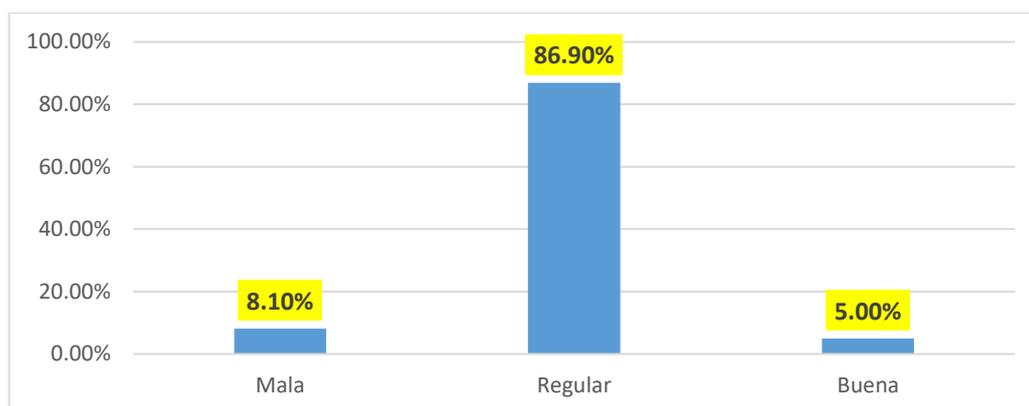
Dimensión Atención

Niveles	Rango	fi	Porcentaje
Mala	14 – 33	13	8.1%
Regular	34 – 51	139	86.9%
Buena	52 - 70	8	5.0%
Total		160	100%

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios

Gráfico 8

Atención



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al evaluar el resultado obtenido en la tabla 12 de la dimensión Atención; se determina que fue percibida en un nivel regular con el 86.9%, en un nivel malo con el 8.1%; finalmente con el 5.0% en un nivel malo.

Del resultado obtenido se puede concluir que la mayoría 86.9% de los encuestados de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. manifestó que la dimensión instalaciones se percibe de manera regular, es decir, la

percepción de los equipos tecnológicos, instalaciones de la empresa, publicidad, fiabilidad y atención dada a los clientes es mayoritariamente regular.

Tabla 13

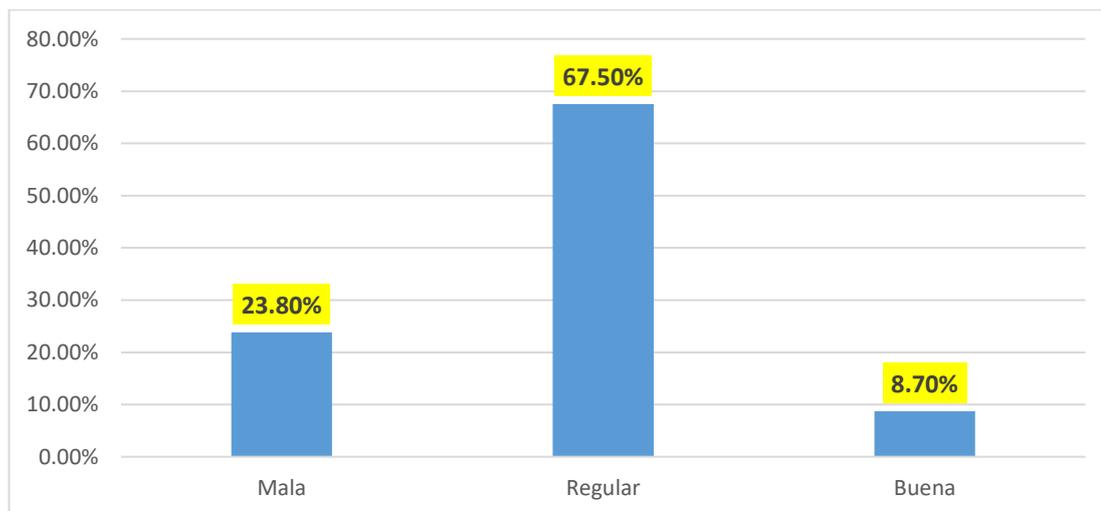
Dimensión seguridad

Niveles	Rango	fi	Porcentaje
Mala	4 – 9	38	23.8%
Regular	10 – 15	108	67.5%
Buena	16 - 20	14	8.7%
Total		160	100

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios

Gráfico 9

Seguridad



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al evaluar el resultado obtenido en la tabla 13 de la dimensión seguridad; se determina que fue percibida en un nivel regular con el 67.5%, en un nivel malo con el 23.8%; finalmente con el 8.7% presenta un nivel bueno.

Del resultado obtenido se concluye que la mayoría, es decir un 68% de los encuestados de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. manifestó que la seguridad se percibe de manera regular, es decir, se percibe de manera

regular que los clientes perciben de manera regular la seguridad de las tecnologías de información.

Tabla 14

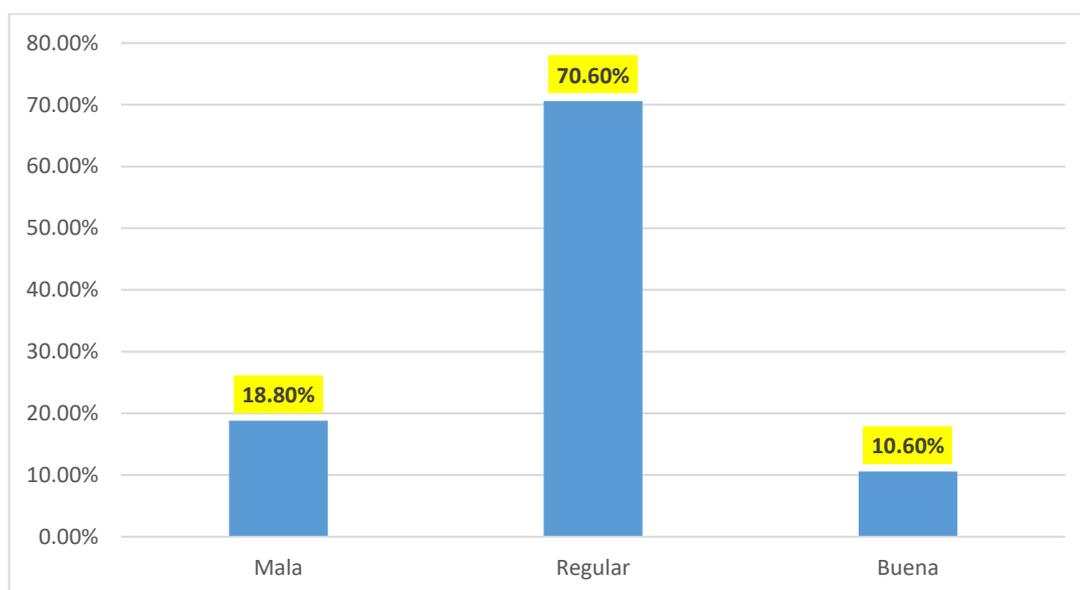
Dimensión confiabilidad

Niveles	Rango	fi	Porcentaje
Mala	6 – 14	30	18.8%
Regular	15 – 22	113	70.6%
Buena	23 - 30	17	10.6%
Total		160	100

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios

Gráfico 10

Confiabilidad



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al evaluar el resultado obtenido en la tabla 14 de la dimensión confiabilidad; se determina que fue percibida en un nivel regular con el 70.6%, en un nivel malo con el 18.8%; finalmente con el 10.6% presenta un nivel bueno.

Del resultado obtenido se concluye que la mayoría, es decir un 71% de los encuestados de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. manifestó

que la confiabilidad se percibe de manera regular, es decir, se percibe de manera regular la confiabilidad de los equipos, canales de distribución, conocimiento de los empleados y gestión de quejas.

Tabla 15

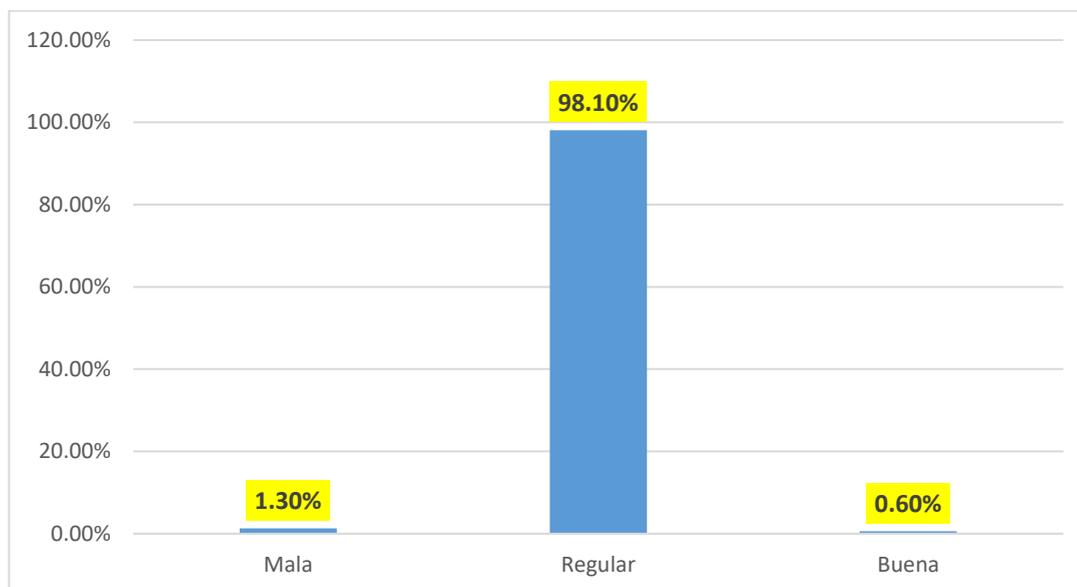
Variable Calidad de Servicio

Niveles	Rango	fi	Porcentaje
Mala	23 – 30	2	1.3%
Regular	15 – 22	157	98.1%
Buena	6 - 14	1	0.6%
Total		160	100

Nota: Cuestionario aplicado a los usuarios

Gráfico 11

Calidad de servicio



Nota: Elaboración propia

Interpretación

Al evaluar el resultado obtenido en la tabla 15 de la Variable calidad de servicio; se determina que fue percibida en un nivel regular con el 98.1%, en un nivel bueno con el 1.3%; finalmente con el 0.6% presenta un nivel malo.

Del resultado obtenido se concluye que la mayoría, es decir un 98% de los encuestados de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. manifestó que la calidad de servicio se percibe de manera regular, es decir, se percibe de manera regular la satisfacción respecto a atención, seguridad y confiabilidad.

Tabla 16

Prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov para una muestra

		Motivación laboral	Calidad de servicio
N		160	160
Parámetros	Media	72.68	66.37
normales(a,b)	Desviación típica	7.914	10.956
Diferencias más extremas	Absoluta	0.06	.115
	Positiva	0.044	.115
	Negativa	-0.06	-.075
Z de Kolmogorov-Smirnov		0.79	0.754
p-valor		0.56	0.62

a La distribución de contraste es la Normal.

b Se han calculado a partir de los datos.

Interpretación

Al evaluar el resultado obtenido en la base de datos, es necesario calcular la normalidad de estos para corroborar que tipo de prueba estadística se utilizará.

Del resultado obtenido se puede concluir que al ser el p-valor en ambas variables mayor que 0.05 la distribución es normal.

Por lo tanto, corresponde el uso de una estadística paramétrica, siendo necesario el uso de la prueba de Pearson para comprobar la relación entre las variables y las dimensiones en estudio.

Tabla 17

Resultados de la correlación entre la variable Motivación laboral y las dimensiones de la variable Calidad de servicio.

		Calidad de servicio
Atención	Correlación de Pearson	.792 (**)
	p-valor	.000
	N	160
Seguridad	Correlación de Pearson	.487(**)
	p-valor	.000
	N	160
Confiabilidad	Correlación de Pearson	.470(**)
	p-valor	.000
	N	160

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación

Al evaluar el resultado obtenido en la correlación entre la variable Motivación laboral y las dimensiones de la variable Calidad de servicio, se puede concluir que al ser el p-valor en todos los casos menor que 0.05 existe relación entre dicha variable y las dimensiones de calidad.

Es así como, se observa una relación de la dimensión Atención con la calidad de servicio (0.792), de la dimensión seguridad con dicha variable (0.487) y de la dimensión confiabilidad con la variable calidad de servicio (0.470).

Para poder ubicar el grado de correlación encontrado se toma en consideración la tabla de equivalencia que plantea Hernández et al. (2010):

Correlación negativa perfecta:	-1
Correlación negativa muy fuerte:	-0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte:	-0,75 a -0,89
Correlación negativa media:	-0,50 a -0,74
Correlación negativa débil:	-0,25 a -0.49

Correlación negativa muy débil	-0,10 a -0,24
No existe correlación alguna:	-0,09 a 0,09
Correlación positiva muy débil:	+0,10 a +0,24
Correlación positiva débil:	+0,25 a +0,49
Correlación positiva media:	+0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte:	+0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte:	+0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta:	+1

Puede observarse por lo tanto que las correlaciones van entre positivas débiles (seguridad y confiabilidad) a fuertes (atención).

Tabla 28

Resultados de la correlación entre la variable Motivación laboral y la variable Calidad de servicio.

		Motivación laboral	Calidad de servicio
Motivación laboral	Correlación de Pearson	1	0.428**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	160	160
Calidad de servicio	Correlación de Pearson	0.428**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	35	35

Nota: ** La correlación es significativa en el nivel 0.01 (bilateral).

Para poder ubicar el grado de correlación encontrado se toma en consideración la tabla de equivalencia que plantea Hernández et al. (2010):

Correlación negativa perfecta: -1

Correlación negativa muy fuerte:	-0,90 a -0,99
Correlación negativa fuerte:	-0,75 a -0,89
Correlación negativa media:	-0,50 a -0,74
Correlación negativa débil:	-0,25 a -0,49
Correlación negativa muy débil:	-0,10 a -0,24
No existe correlación alguna:	-0,09 a 0,09
Correlación positiva muy débil:	+0,10 a +0,24
Correlación positiva débil:	+0,25 a +0,49
Correlación positiva media:	+0,50 a +0,74
Correlación positiva fuerte:	+0,75 a +0,89
Correlación positiva muy fuerte:	+0,90 a +0,99
Correlación positiva perfecta:	+1

Según las equivalencias de la tabla en el resultado obtenido los parámetros de medición se encuentran entre: +0,25 a +0,49 por lo que existe una correlación positiva débil, puesto que la correlación de Pearson es de 0,428.

Por lo tanto, al evaluar las hipótesis:

a) Hipótesis

General

Existe relación entre la Motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C.

Nula

No existe relación entre la Motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C.

b) Nivel de significancia o riesgo

$$\alpha=0,00$$

c) Cálculo del estadístico de prueba

$$r = 0,356$$

d) Decisión estadística

Puesto que el p valor calculado es menor que el nivel de significancia o riesgo ($0.000 < 0.050$), en consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis general (alterna)

e) Conclusión estadística

La variable Motivación laboral se relaciona con la variable calidad de servicio existiendo un grado de relación positiva débil de 0,428.

4.3. Discusión de resultados

Después de completar el análisis y la interpretación de los resultados de la investigación actual, se presenta la siguiente información:

En la dimensión de Motivación Laboral, la gran mayoría de los encuestados de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C., en un 92%, indicó que se lleva a cabo a un nivel regular. Similarmente, las dimensiones relacionadas con la motivación laboral también se cumplen de manera regular. En lo que respecta a la variable Calidad de Servicio, un 98.1% de los encuestados percibió que la calidad se mantiene a un nivel regular. Esto se confirma de manera regular en las dimensiones de atención, seguridad y confiabilidad.

Al detallar esto, se observa que, en la dimensión de Condiciones Laborales, el 76.3% se encuentra a un nivel regular, el 13.1% a un nivel malo y el 10.6% a un nivel bueno. Esto significa que están satisfechos regularmente con la seguridad, el mantenimiento, la iluminación, el ruido y el entorno laboral. En cuanto a la dimensión de Incentivos, el 68.8% está a un nivel regular, el 18.1% a un nivel malo y el 13.1% a un nivel bueno. Esto indica que la empresa brinda regularmente reconocimientos materiales y afectivos, así como capacitaciones al ingresar y de manera continua, remuneraciones y ascensos. En la dimensión de Satisfacción Laboral, el 78% se encuentra a un nivel regular, el 14.4% a un nivel

bueno y solo el 7.5% a un nivel malo. En otras palabras, es regular en cuanto a la comunicación entre niveles, el trabajo en equipo y el cumplimiento de objetivos y expectativas.

En lo que respecta a la dimensión de Atención de la variable Calidad de Servicio, el 86.9% se encuentra a un nivel regular, el 8.1% a un nivel malo y el 5.0% a un nivel bueno. Esto significa que la percepción de los equipos tecnológicos, las instalaciones de la empresa, la publicidad, la fiabilidad y la atención al cliente es mayoritariamente regular. En cuanto a la dimensión de Seguridad, el 67.5% se encuentra a un nivel regular, el 23.8% a un nivel malo y el 8.7% a un nivel bueno. Es decir, se percibe regularmente que los clientes evalúan de manera regular la seguridad de las tecnologías de la información. Finalmente, en la dimensión de Confiabilidad, el 70.6% se encuentra a un nivel regular, el 18.8% a un nivel malo y el 10.6% a un nivel bueno. Esto indica que se percibe regularmente la confiabilidad de los equipos, canales de distribución, conocimientos de los empleados y gestión de quejas.

En los resultados de la correlación entre las dimensiones y la variable Calidad de Servicio, se observa una relación entre la dimensión de Atención con la calidad de servicio (0.792), la dimensión de Seguridad con calidad de servicio (0.487) y la dimensión de Confiabilidad con la variable calidad de servicio (0.470), siendo estas correlaciones desde débiles hasta fuertes de manera positiva.

Respecto a los resultados de la correlación entre la variable Motivación Laboral y la variable Calidad de Servicio, se visualiza que existe una correlación positiva débil, puesto que la correlación de Pearson es de 0.428.

Al comparar el resultado obtenido en la presente investigación con los antecedentes, se llega a las siguientes conclusiones:

Gamarra (2010), en su investigación, concluyó que a mejor clima laboral, mejor motivación laboral. López (2019) llegó a la conclusión de que las situaciones laborales en las que se desenvuelven los trabajadores de una empresa

textil influyen significativamente en su satisfacción laboral, es decir, a mejores condiciones laborales, mejor satisfacción laboral. Peña (2015) afirmó que la motivación laboral implica el compromiso de los trabajadores con la empresa, lo cual incide en el logro de resultados positivos. Por otro lado, Ramírez, Romero y Baddi (2015) concluyen que, para el logro de los objetivos organizacionales de una empresa manufacturera, el factor fundamental que debe desarrollarse es la motivación en la empresa. Duran & Pacheco (2019) concluye que las condiciones laborales están relacionadas en un nivel alto con la calidad de vida de los trabajadores. Todos estos estudios resaltan la importancia de la motivación laboral, lo cual también se corrobora en el presente estudio.

A nivel nacional, Arizábal (2016) discrepa al afirmar que la motivación laboral influye de manera negativa en el clima organizacional de la empresa "Disfruta". Zelada (2017) concluye que, a mayor motivación laboral, mayor compromiso organizacional, alcanzando un grado de relación de ($r = ,453$). Peralta (2019) concluye que los ambientes y condiciones laborales que ofrece la empresa influyen positivamente en la satisfacción laboral de los trabajadores. Gonzales y López (2018) llegan a la conclusión de que, debido a la mala situación laboral y a las condiciones laborales que se presentan, está relacionada con un nivel alto de insatisfacción laboral por parte de los trabajadores. Castro, Guillén, Romaní y Rojas (2011) concluyen que la empresa muestra un nivel significativamente alto de servicio y desempeño, lo cual quedó demostrado con la satisfacción de los clientes y/o usuarios a los cuales la empresa investigada presta servicios.

Después de evaluar el resultado obtenido por el presente estudio, se puede concluir que estos se ajustan a la realidad, ya que la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C presenta niveles regulares en las variables estudiadas. Existe un amplio campo de acción para realizar mejoras y proponer acciones que permitan elevar a óptimos estos dos resultados obtenidos para la motivación y la calidad de servicio.

CONCLUSIONES

- Primera: Existe correlación positiva débil entre la variable Motivación laboral con la calidad de atención, al obtenerse un p-valor de 0.00 y una Correlación de Pearson de 0,428 en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C.
- Segunda: Existe relación positiva fuerte entre la Motivación laboral y la dimensión atención de la calidad de servicio. Al obtenerse un p-valor de 0.00 y una Correlación de Pearson de 0,798.
- Tercera: Existe relación positiva débil entre la Motivación laboral y la dimensión seguridad de la variable calidad de servicio, al obtenerse un p-valor de 0.00 y una Correlación de Pearson de 0,487.
- Cuarta: Existe relación positiva débil entre la Motivación laboral y la dimensión Confiabilidad de la calidad de servicio en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C, al obtenerse un p-valor de 0.00 y una Correlación de Pearson de 0,470.

RECOMENDACIONES

- Primera: A pesar de que la correlación entre el Motivación laboral y la calidad de servicio es débil, se sugiere al gerente de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C que una mejora en la Motivación laboral repercutiría positivamente en la calidad de servicio. Por lo tanto, se recomienda al administrador de la empresa, buscar y generar estrategias que eleven la motivación de los colaboradores para de esta manera incrementar la calidad de servicio dado hacia los clientes.
- Segunda: Se recomienda al gerente de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C, que al observarse una relación positiva alta entre el Motivación laboral y la atención en la calidad de servicio, manifiesta que es primordial ofrecer programas de formación y capacitación en habilidades de atención al cliente. Esto puede mejorar la forma en que los empleados interactúan con los clientes, brindando un servicio más eficiente y cordial. Además, es factible implementar sistemas de reconocimiento y recompensas para aquellos empleados que demuestren un compromiso excepcional con la atención al cliente. Esto refuerza la conexión entre la motivación y la calidad del servicio.
- Tercera: Se recomienda al gerente de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C, que, aunque la relación entre Motivación laboral y la dimensión seguridad de la variable calidad de servicio no es fuerte, es importante establecer y comunicar claramente los protocolos de seguridad tanto para el personal como para los clientes. Esto genera confianza y contribuye a la percepción de seguridad.

Cuarta: Finalmente, Se recomienda al gerente de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C, que la relación positiva débil entre el Motivación laboral del área de comercialización y la Confiabilidad de la calidad de servicio sugiere que debe proporcionarse retroalimentación regular y constructiva. Reconocer y destacar los logros, así como brindar sugerencias para mejorar, puede ser un poderoso impulsor de la motivación. Además, ofrecer oportunidades para el desarrollo de habilidades y crecimiento profesional. La motivación aumenta cuando los empleados sienten que están avanzando en sus carreras y adquiriendo nuevas competencias.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, C. (2000). *Un enfoque gerencial de la teoría de las restricciones* . colombia: estud.gerenc. vol.16 no.77 Cali Oct./Dec. 2000.
- Albrecht, K. y. (2004). *La excelencia en el servicio* . Mexico: 3R.
- Arias, D. (2018). *Metodología de la investigación: Como investigar y escribir con APA* . España : Angalaya Sevillano - Luis Miguel .
- Atencio, E. y Gozales, B. (2007). *La calidad de servicio*. España: Universidad del Zulia. *Revista de ciencias sociales* .
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación: Administración, economía, humanidades y ciencias sociales* . Mexico : Bruguera .
- Bonome, M. (2009). *La racionalidad en la toma de decisiones: análisis de la teoría de la decisión de Hebert A. Simon*. España: Gesbiblo, S. L.
- Butterfield. (recupereado año 2017 de 2005). *Motivacion en las organizaciones*. Obtenido de www.theodinstitute.org.
- Caballero, K. (2002). *Satisfacción en el trabajo y calidad de servicio* . Canada.
- Carrasco, M. (2018). *Metodología de la investigación*. Lima - Perú: San Marcos.
- Carreño, a. (2012). *logistica de la A a la Z*. Lima: Editorial de la Ponticia Universidad Católica del Perú.
- CASAS, A. (2013). *La encuesta como técnica de investigación*. MADRID: Aten Primaria 2003;31(8):527-38.
- Chiavenato, I. (2012). *Gestion del talento humano*. Colombia: Gestion.
- Chiavenato, I. (2012). *Gestion del talento humano*. Colombia: Gestion.

- Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: La salida de la crisis* . Madrid, España: Diaz de Santos .
- Deming, W. (2007). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Diaz, V. (2009). *Metodología de la Investigación Científica y Bioestadística: para médicos, odontólogos y estudiantes de ciencias de la salud*. Santiago: RIL editores.
- Fernández, P. y. (2012). *La gestión del marketing de servicios*. Buenos Aires: Granica.
- Gomez, M. (2006). *Introducción a la investigación científica*. bogota: Editorial Brujas.
- GONZALES, R. (2012). *Diagrama de Ishikawa* . Obtenido de analisis causa y efecto de los problemas : <https://www.pdcahome.com/diagrama-de-ishikawa-2/>
- González, R. (s.f.). *Diagrama de ishikawa*. Obtenido de analisis de causa efecto de los problemas.
- hector, r. (2013). *organizacion y metodo*. ilo: fkdsjs.
- Hernández , S., collado, f., & lucio, B. (2010). *metodologia de la investigación*. Mexico: EDITORES, S.A. DE C.V.
- Hernandez, Chumaceiro y Atencion . (2009). Calidad de servicio. *Ciencias sociales*, 157- 161.
- Hernandez, S. F. (2018). *Metodologia de la investigación*. Mexico: Mc Grawn Hill.
- Herzberg, F. (1959). *The Motivation to Work* . New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Homburg, C.; Giering, A. . (2011). *Exploring Consumer Behaviour towards Mobile Number Portability (MNP)*. in Ghana:: Pursuing Sustainable MNP Adoption. Psychology and Marketing.

- Horovitz, J. (2012). *La satisfaccion total del cliente* . Mexico : Folio.
- HUERTA, J. (18 de septiembre de 2017). *Gestión de Proyectos, Servicios y Equipos de TI*. Obtenido de <https://josehuerta.es/gestion/proyectos/riesgos/evaluacion-de-decisiones>
- Jhon, H. K. . (2012). *Marketing de servicios, conceptos, estrategias y casos*. Mexico: Cengage Learning.
- Juran, J. (1996). *Triologia y gestion de la calidad* .
- Kotler P. y Armstrong, G. (2012). *Marketing*. Mexico: Pearson Educacion.
- Kotler, P. A. (2012). *Marketing*. . Mexico : Pearson Educación .
- Kotler, P.; Armstrong, G. . (2013). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Kurtz, L. (2012). *Marketing Contemporáneo*. México: Cengage Learning.
- Larrea, P. (2012). *Calidad de servicio; Del marketing a la estrategia* . Sevilla : Diaz Sanros .
- Larrea, P. (2013). *Calidad de servicio del marketing a la estrategia*. Madrid, España: Diaz Santos LIMUSA.
- López, R. (2014). *Logística de Aprovisionamiento*. Madrid: Ediciones Paraninfo, SA.
- Mark A. Peale . (2006). *Libro De la Motivacion a la Accion*. Mexico : Taller del éxito.
- Martínez, E. (2013). *Gestión de compras. Negociación y estrategias de aprovisionamiento*. bogota: Ediciones de la U.
- Maslow. (1997). *Theory of Human Motivation*.
- Morris, M. (2001). *Introduccion a la psicologia*. . Mexico: Editorial Prentice.

- Ortiz, J. (2014). *propuesta de mejora en la gestión de compras de una empresa textil de prendas interiores y exteriores femenina*. lima .
- Paez, O.V. (2012). *Incidencia del clima organizacional en la motivacion del funcionario administrativo de la alcaldia Francisco Linares Alcantrara*. Aragua.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1985). Un m. (1985). Un modelo conceptual de calidad de servicio y sus implicaciones para la investigación futura. *De marketing*, 41-50.
- Parra, m. (2014). *Mejoramiento de los procesos del area de compras a traves del estudio del trabajo en la empresa laboratios seres Ltda*. trujillo.
- Pizzo, M. (2013). Plan de mejoramiento en la calidad de servicio del cliente inmediato y simple .
- Reyes, S. y. (2018). Metodología de la investigación científica. Lima - Perú: Busines.
- Robbins. S. y Decenzo, D. (2002). *Fundamentos de adminsitración*. Mexico: Omega .
- Salirrosas, E. (2016). *Incidencia de la Planificación de los Requerimiento de los Pedidos de Compra para lograr la Eficiencia en la Gestión de compras de bienes en el Instituto Regional de Oftalmologia*. la libertad.
- Sosa, P. D. (2006). *Administración por Calidad*. México: Limusa.
- Stoner, James; Freeman, R. Edward y Gilbert Jr, Daniel R. (2006). *Administration*. Mexico: Pearson.
- Valderrama, S. (2018). Pasos para elaborar proyecto y tesis de investigación científica. Lima Perú: San Marcos.

Vargas M. Aldana, L. (2014). *Calidad y servicio: Concepto y herramientas*. Bogota, Colombia : ECOE.

Westbrook, R. R. (1983). Value- percept disparity an altyernative to the disconfirmation of expectations theory of consumer satisfaction. Day y H.K: Hunt. Mexico: Advances in consumer Research.

Atencio, E. y Gonzales, B. (2007). *La Motivación laboral*. España: Universidad del Zulia. Revista de ciencias sociales .

Butterfield. (2005, recuperado año 2017). *Motivacion en las organizaciones*. Retrieved from www.theodinstitute.org.

Caballero, K. (2002). *Motivación laboral en el trabajo y calidad de servicio* . Canada.

Castro V; Guillén V.; Romani, P; Rojas, A. (201). *Nivel de calidad en las empresas de vigilancia y seguridad*. Lima, Perú.

Chiavenato, I. (2012). *Gestion del talento humano*. Colombia: Gestion.

Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: La salida de la crisis* . Madrid, España: Diaz de Santos .

Deming, W. (2007). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Madrid, España: Díaz de Santos.

Duran & Pacheco . (2019). *Condiciones laborales y calidad de vida en los trabajadores de una empresa comercial* . Caracas, Venezuela .

- Gamarra, Ferrari. (2010). *Clima organizacional y motivacion laboral del personal de salud*. Asunción, Paraguay.
- Gonzales y López . (2018). *Situacion laboral y su influencia en la satisfaccion laboral del personal que labora en la empresa Quieroz Galvao S.A*. Imata, Arequipa.
- Hernandez, Chumaceiro y Atencion . (2009). Motivación laboral. *Ciencias sociales*, 157- 161.
- Herzberg, F. (1959). *The Motivation to Work*. . New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Homburg, C.; Giering, A. . (2011). *Exploring Consumer Behaviour towards Mobile Number Portability (MNP)*. in Ghana:: Pursuing Sustainable MNP Adoption. Psychology and Marketing.
- Jhon, H. K. . (2012). *Marketing de servicios, conceptos, estrategias y casos*. Mexico: Cengage Learning.
- Juran, J. (1996). *Triologia y gestion de la calidad* .
- Kotler, P. y Armstrong, G. . (2013). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Kurtz, L. (2012). *Marketing Contemporáneo*. México: Cengage Learning.
- Larrea, P. (2013). *Motivación laboral del marketing a la estrategia*. Madrid, España: Diaz Santos LIMUSA.
- Lopez, R. (2019). *Las condiciones laborales de los trabajadores de una empresa textil* . Guayaquil, Ecuador .
- Mark A. Peale . (2006). *Libro De la Motivacion a la Accion*. Mexico : Taller del éxito.
- Maslow. (1997). *Theory of Human Motivation*.
- Morris, M. (2001). *Introduccion a la psicologia*. . Mexico: Editorial Prentice.

- Paez, O.V. (2012). *Incidencia del clima organizacional en la motivación del funcionario administrativo de la alcaldía Francisco Linares Alcantrara*. Aragua.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. y Berry, L. (1985). Un m. (1985). Un modelo conceptual de Motivación laboral y sus implicaciones para la investigación futura. *De marketing*, 41-50.
- Patrick y Belisario. (2012). *Motivación laboral y su influencia en el clima organizacional en una empresa Disfruta*. Huancayo, Perú.
- Peña, C. (2015). *La motivación y su incidencia en la calidad de servicio en la empresa de venta de autos Toyota*. Mexico.
- Peralta, D. (2019). *Influencia de las condiciones y ambientes laborales en la satisfacción laboral de trabajadores en la empresa minera Cerro Verde S.A*. Arequipa, Perú.
- Pizzo, M. (2013). Plan de mejoramiento en la Motivación laboral del cliente inmediato y simple .
- Ramírez, Romero y Baddi . (2015). *La motivación laboral factor fundamental para el logro de los objetivos organizacionales en la empresa manufacturera*. Bogota, Colombia.
- Robbins. S. y Decenzo, D. (2002). *Fundamentos de administración*. Mexico: Omega .
- Sosa, P. D. (2006). *Administración por Calidad*. México: Limusa.
- Stoner, James; Freeman, R. Edward y Gilbert Jr, Daniel R. (2006). *Administration*. Mexico: Pearson.
- Tamayo, T. (2005). *Investigación científica* . Mexico: Trillas .

Vargas M. Aldana, L. (2014). *Calidad y servicio: Concepto y herramientas*. Bogota, Colombia : ECOE.

Zelada R. (2017). *La motivación laboral y su incidencia en el compromiso laboral en el personal de vigilancia seguridad de la empresa Bucranio*. Lima, Perú.

ANEXOS

ANEXO 1: MATRIZ DE INVESTIGACIÓN

RELACIÓN ENTRE MOTIVACIÓN LABORAL Y MOTIVACIÓN LABORAL DE LA EMPRESA DE VIGILANCIA Y SEGURIDAD VISESJA S.A.C., ILO 2022

Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Metodología	Escala De Medición
Problema general - ¿Cuál es la relación entre motivación laboral y la calidad de servicio de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C., Ilo, 2022?	- Objetivo general - Determinar la relación entre motivación laboral y calidad de servicio en una empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C., Ilo, 2022	General Existe relación entre motivación laboral y calidad de servicio en una empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C, Ilo 2022	Variable 1 Motivación laboral	Tipo de Investigación Cuantitativo	
Problemas específicos ¿Cuál es la relación entre motivación laboral y atención en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022? - ¿Cuál es la relación entre motivación laboral y seguridad en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022? - ¿Cuál es la relación entre motivación laboral y confiabilidad en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022?	- Objetivos específicos - Precisar el nivel de motivación laboral de los trabajadores de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C., Ilo, 2022 - Describir la Motivación laboral de la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C., Ilo, 2022 - Establecer la relación entre motivación laboral y Motivación laboral en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C., Ilo, 2022	Hipótesis específicas - Existe relación entre motivación laboral y atención en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022 - Existe relación entre motivación laboral y seguridad en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022 - Existe relación entre motivación laboral y confiabilidad en la empresa de vigilancia y seguridad VISESJA S.A.C. Ilo, 2022	Dimensiones Características del personal Condiciones de la empresa Incentivos Satisfacción laboral Variable 2 Calidad de servicio Dimensiones Atención Seguridad Confiabilidad	Diseño de la Investigación Correlacional Ámbito de Estudio Lugar Provincia del Puerto de Ilo Población y Muestra Empresa VISESJA S.A.C Técnicas de recolección de datos Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario	Intervalos