

UNIVERSIDAD LAICA ELOY ALFARO DE MANABÍ



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, CONTABLES Y COMERCIO

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ARTÍCULO CIENTÍFICO

TÍTULO

La motivación laboral y su influencia en la calidad de servicio al cliente: Rectificadora Álava

AUTOR:

Bravo Pacheco Ana Josely

TUTORA:

Ing. Marcillo Pin Karla, Mg.

Agosto 2025

MANTA – MANABÍ – ECUADOR

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO: UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR Y UNIDAD DE TITULACIÓN	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

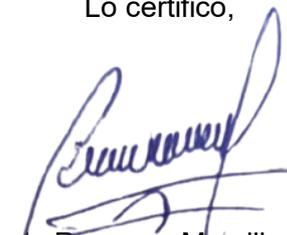
Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante **BRAVO PACHECO ANA JOSELY**, legalmente matriculado/a en la carrera de Administración de Empresas, período académico 2025-1, cumpliendo el total de 400 horas, cuyo tema del proyecto es "**LA MOTIVACIÓN LABORAL Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE: RECTIFICADORA ÁLAVA**".

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Lugar, 25 de julio de 2025.

Lo certifico,


 Ing. Karla Rosanna Marcillo Pin, Mg.
Docente Tutor(a)

CERTIFICADO DE COMPILATIO

CERTIFICADO DE ANÁLISIS
magister

Bravo Pacheco Ana Josely Artículo 25 julio



Nombre del documento: Bravo Pacheco Ana Josely Artículo 25 julio.pdf ID del documento: 6fc1fb359e79fcb9a7c298e17de23f8e82a898e1 Tamaño del documento original: 330,13 kB	Depositante: Karla Marcillo Pin Fecha de depósito: 25/7/2025 Tipo de carga: interface fecha de fin de análisis: 25/7/2025	Número de palabras: 6209 Número de caracteres: 40.991
--	--	--

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	www.redalyc.org https://www.redalyc.org/journal/6381/638174353001/638174353001.pdf 2 fuentes similares	< 1%	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	Palabras idénticas: < 1% (26 palabras)
2	gestionrepo.unmsm.edu.pe La calidad del servicio según el modelo SERVQUAL... https://gestionrepo.unmsm.edu.pe/items/30b7a536-074b-4ca6-b6af-408ecf32bee7 1 fuente similar	< 1%	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	Palabras idénticas: < 1% (27 palabras)
3	repositorio.utelesup.edu.pe https://repositorio.utelesup.edu.pe/bitstream/UTELESUP/2495/2/CORTEZ%20ROBLES%20MERI.pdf	< 1%	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	Palabras idénticas: < 1% (21 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	doi.org Modelo SERVQUAL para medir la calidad en el servicio en operadores lo... https://doi.org/10.22430/24223182.2234	< 1%	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	Palabras idénticas: < 1% (25 palabras)
2	www.scielo.org.pe http://www.scielo.org.pe/pdf/iidata/v26n1/en_1810-9993-iidata-26-01-179.pdf	< 1%	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	Palabras idénticas: < 1% (26 palabras)
3	KATTYA DEYALITH PILLIGUA YOZA 2P.pdf KATTYA DEYALITH PILLIGUA ... #ef8653 Viene de de mi grupo	< 1%	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	Palabras idénticas: < 1% (24 palabras)
4	repositorio.utelesup.edu.pe Motivación Laboral del Personal y su Influencia en... https://repositorio.utelesup.edu.pe/handle/UTELESUP/2495	< 1%	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)
5	repositorio.ucv.edu.pe https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/mv20.500.12692/57891/1/Cueva_GG-SD.pdf	< 1%	<div style="width: 100%; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas) Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	https://orcid.org/0009-0008-6893-261X
2	https://orcid.org/0000-0002-3240-7230
3	https://repositorio.uileam.edu.ec/handle/123456789/3206
4	http://52.0.229.99/handle/20.500.11839/8487
5	https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/94467

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, **Bravo Pacheco Ana Josely**, con cédulas de identidad **N°1316320009**, declaro que el presente trabajo de titulación: **“La motivación laboral y su influencia en la calidad de servicio al cliente: Rectificadora Álava”** cumple con los requerimientos de la Universidad Laica “Eloy Alfaro” de Manabí y la Facultad de Ciencias Administrativas, Contables y Comercio sugieren, cumpliéndose cada uno de los puntos expuestos y siendo meticuloso con la información presentada. A su vez, declaro que el contenido investigativo percibe el desarrollo y diseño original elaborado por la supervisión del tutor académico de investigación. La argumentación, el sustento de la investigación y los criterios vertidos, son originalidad de la autoría y es responsabilidad de la misma.



Bravo Pacheco Ana Josely

C.I: 1316320009

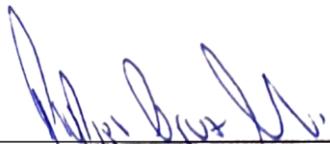
E-mail: e1316320009@live.ulead.edu.ec

Tel: 0939310131

APROBACIÓN DEL TRABAJO

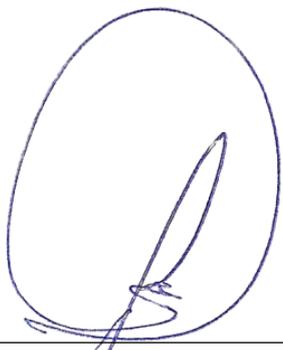
Los miembros del tribunal de grado dan la aprobación al trabajo final de titulación sobre el tema: “**La motivación laboral y su influencia en la calidad de servicio al cliente: Rectificadora Álava**”, elaborado por la egresada Bravo Pacheco Ana Josely, el mismo que cumple con lo estipulado por reglamentos y disposiciones emitidas por la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí de la Facultad de Ciencias Administrativas Contables y Comercio, de la carrera Administración de Empresas.

Para constancia firman:



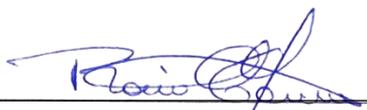
Presidente del tribunal

Ing. Rafer Henry Cruz Mera



Miembro tribunal

Ing. Otto Wagner Macías Catagua



Miembro tribunal

Ing. Ana del Rocío García Loor

LA MOTIVACIÓN LABORAL Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE: RECTIFICADORA ÁLAVA

Ana Josely Bravo Pacheco¹

<https://orcid.org/0009-0008-6893-261X>

Karla Marcillo Pin²

<https://orcid.org/0000-0002-3240-7230>

¹Estudiante de la Carrera Administración de Empresas en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Manabí, Ecuador. E-mail: e1316320009@live.uleam.edu.ec

²Docente de la Carrera Administración de Empresas en la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, Manta, Manabí, Ecuador. E-mail: karla.marcillo@uleam.edu.ec

RESUMEN

En las organizaciones, la motivación se ha convertido en un elemento clave para garantizar no solo la satisfacción del personal sino la calidad de servicio que se brinda a los clientes. Bajo esta premisa, el objetivo de este artículo fue analizar la influencia de la motivación laboral en la calidad de atención al cliente en la Rectificadora Álava S.A. En cuanto a la metodología utilizada se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental de tipo descriptivo, la población investigada la representaron 26 colaboradores de la empresa y se aplicó un cuestionario estructurado de 10 preguntas para evaluar las dos variables: motivación laboral con sus dimensiones: flexibilidad, desarrollo profesional y programa de capacitación; y la calidad del servicio al cliente considerando como dimensión los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Los resultados obtenidos mostraron una influencia positiva y significativa entre ambas variables, esto evidencia que niveles más altos de motivación laboral se asocian con un mejor servicio; a nivel dimensional, el desarrollo profesional obtuvo la mayor correlación, ya que está vinculada al fortalecimiento de habilidades, competencias y actitudes laborales que repercuten en la forma en que el colaborador se relaciona con el cliente. A partir de los resultados obtenidos se identificaron áreas de mejora vinculadas a las dimensiones estudiadas, se formuló una propuesta orientada a incentivar la motivación en el espacio laboral y a su vez en la calidad de servicio al cliente.

Palabras clave: motivación, servicio, desarrollo, cliente, calidad, habilidades.

Abstract

In organizations, motivation has become a key element to ensure not only staff satisfaction but also the quality of service provided to customers. Under this premise, the objective of this article is to analyze the influence of labor motivation on the quality of customer service in Rectificadora Álava S.A. As for the methodology used, it was developed under a quantitative approach, with a descriptive non-experimental design, the research population was represented by 26 employees of the company and a structured questionnaire of 10 questions was applied to evaluate the two variables: work motivation with its dimensions: flexibility, professional development and training program; and the quality of customer service considering as a dimension the tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy. The results obtained showed a positive and significant influence between both variables, which evidences that higher levels of work motivation are associated with better service; at the dimensional level, professional development obtained the highest correlation, since it is linked to the strengthening of skills, competencies and work attitudes that have an impact on the way in which the employee relates to the customer. Based on the results obtained, areas for improvement linked to the dimensions studied were identified, and a proposal was formulated to encourage motivation in the workplace and, in turn, in the quality of customer service.

Key words: motivation, service, development, customer, quality, skills.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la motivación laboral es un factor clave dentro de las organizaciones, más si este se relaciona con el servicio al cliente, de acuerdo con diversas investigaciones previas señalan que un colaborador desempeña favorablemente sus actividades cuando se siente motivado, como menciona (Puma, 2020) los colaboradores que presentan niveles altos de motivación tienden a estar más comprometidos con las actividades

en su entorno laboral, por lo tanto, un equipo de trabajo tiende a ofrecer un servicio de calidad si se siente motivado por su empleador.

Según (Solórzano Barrera & Aceves López, 2015), en el contexto de empresas de servicio es importante la fidelización y satisfacción del cliente, sin embargo, en su gran mayoría la retención de los clientes depende directamente de la calidad del servicio prestado y a su vez de la motivación de sus colaboradores.

A pesar de la alta demanda que tiene estudiar sobre la variable motivación laboral en los últimos años, hay espacios que quedan vacíos en diversos sectores o que expliquen directamente cómo influye sobre la calidad de servicio al cliente en el sector de rectificadores de motores, es por esta razón que es necesario estudiar este fenómeno de manera más profunda. Las empresas rectificadoras de motores se dedican a prolongar la vida útil de las piezas internas de un motor mediante la evaluación, reconstrucción y mantenimiento, cada uno de estos procesos debe realizarse de manera precisa para garantizar la calidad del servicio, al ser un trabajo de alta precisión y atención a los detalles, los operarios encargados de ejecutar estas actividades deben encontrarse motivados y comprometidos para cumplir con esta garantía.

Sin embargo, cuando los operarios encargados carecen de una motivación adecuada, existe la probabilidad de que surjan errores, retardos e incluso una indiferenciación en la actitud del cliente, afectando directamente la calidad de servicio. Este punto es crucial ya que este sector comprende estándares como precisión, rapidez y atención al cliente como entes determinantes de la reputación de la empresa y frente a la competencia, “la herramienta más eficaz y utilizada por las organizaciones para lograr la diferenciación y desarrollar una ventaja competitiva sostenible es el servicio al cliente” (Ordóñez & Zaldumbide, 2020).

La falta de motivación laboral adecuada puede impactar de manera negativa en la calidad del servicio al cliente, esto genera inconsistencias operativas y reduce la capacidad empresarial para mantener estándares de atención que permitan diferenciarse frente a la competencia. En empresas del sector manufacturero, esta situación resulta especial, debido a factores como la precisión, rapidez y la actitud de servicio son determinantes para fortalecer la reputación de la empresa, el problema que se aborda radica en la influencia que ejerce la motivación laboral sobre la calidad de servicio de atención al cliente, dado que los niveles deficientes de motivación pueden traducirse como errores operativos, tiempos de espera extensos y actitudes desfavorables hacia los clientes afectando directamente la competitividad.

El objetivo principal es analizar de qué manera la motivación laboral influye en la calidad de servicio de atención al cliente en la Rectificadora Álava S.A., para identificar áreas de mejora que contribuyan a optimizar la atención del cliente. En este sentido, se plantea como hipótesis general que la motivación laboral influye significativamente en la calidad de servicio al cliente, de manera complementaria, la hipótesis nula contempla que la motivación laboral no ejerce ninguna influencia sobre la calidad de servicio al cliente.

En relación con el tema, un estudio realizado en Perú por Cueva Gonzales (2021) en una empresa prestadora de servicios hoteleros: Costa del Sol Cajamarca, tuvo como objetivo analizar la influencia entre la motivación laboral y la calidad de atención al cliente. Esta investigación fue de enfoque cualitativo, diseño no experimental descriptivo-correlacional. Su muestra consistió en 7 empleados y 7 clientes, aplicando cuestionarios validados, los resultados de este estudio señalaron la necesidad de implementar programas de capacitación y estrategias de ascenso motivacional para impactar a su vez en la satisfacción del cliente. Esta investigación es relevante para este estudio ya que muestra una influencia directa entre motivación laboral y calidad de atención al cliente.

Además, se llevó a cabo una investigación para analizar la relación que existe entre la motivación laboral y la calidad de servicio al cliente en el contexto de supermercados peruanos, este estudio fue desarrollado por Cortez Robles (2022), con una muestra de 75 colaboradores siendo una investigación tipo aplicada, cuantitativa, descriptiva no experimental, los principales hallazgos obtenidos según el estadístico SPSS fueron una relación alta directa entre las variables, por lo tanto, existe una significancia mayor, esta tesis se relaciona considerablemente a este estudio por lo que se encuentra una relación directa entre las variables a analizar.

Por otro lado, a nivel local, Bermúdez Tacunga (2021) desarrolló una investigación en las pequeñas empresas privadas en la provincia de Manabí, Ecuador con el fin de analizar cómo la motivación incide en el desempeño laboral de los trabajadores, este estudio se enfocó en 20 jefes de planta y 380 trabajadores, es decir, una muestra de 400 personas, usando el estadístico SPSS para revelar la correlación de las variables, los resultados obtenidos demostraron que los trabajadores se sienten menos motivados mientras incrementa sus años laborales, sin embargo, se sienten motivados si son reconocidos por sus jefes de planta.

En este contexto, la motivación laboral puede definirse como “aquellas acciones que influyen en el proceder, actuar y perseverancia de una persona para alcanzar un objetivo” (Cedeño Quiroz, 2016); en la

actualidad este concepto es tema de vital relevancia en varias áreas de la vida, como la psicología, educación y trabajo, porque guía las acciones que una persona realiza por el alcance de metas (Merchán Morales, 2022).

(Cortez Robles, 2022) plantea tres dimensiones que sirven para medir la motivación laboral:

Tabla 1.

Dimensiones de la variable motivación laboral

Dimensiones	Descripción	Indicadores
1. Flexibilidad	Según Martínez Morán (2024) define la flexibilidad como “la capacidad de adaptar las condiciones de trabajo a las necesidades tanto de los empleados como de la empresa” (p. 1).	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento de logros • Participación • Línea de carrera
2. Desarrollo Profesional	Salom (2022) determina que es un “proceso de aprendizaje de una cultura profesional a lo largo del tiempo que se desarrolla en las instituciones” (p. 3).	<ul style="list-style-type: none"> • Personalidad • Estabilidad laboral • Competencia laboral
3. Programa de capacitación	Lemos Daza (2021) establece que los programas de capacitación son para enfocar el alto compromiso de efectividad y productividad laboral y le corresponden a la gerencia ejecutarlos.	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento • Preparación o entrenamiento

Fuente: Adaptado de Cortez Robles (2022), con base en aportes de Martínez Morán (2024), Salom (2022) y Lemos Daza (2021)

Por otra parte, la calidad en el servicio al cliente es un proceso integrado en el que interactúa el vendedor con los requerimientos del cliente, surge a partir de la evaluación en que el cliente compara sus expectativas frente a lo percibido (Narváez Gamboa & Reinoso Mayorga, 2020).

Según (Cueva Gonzales, 2021) el modelo SERVQUAL propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry en 1988, establece que la calidad de servicio puede evaluarse mediante cinco dimensiones: los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

Los elementos tangibles comprenden partes que se pueden llegar a percibir con los sentidos, como el tacto y la vista, es decir, que hace referencia a los equipos, el personal, el ambiente físico, entre otros. En este sentido, Pierrend Hernández (2021) menciona que los elementos tangibles abarcan “la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, materiales, personal” (p. 54).

Por consiguiente, están las dimensiones como la fiabilidad y la empatía. La primera hace referencia a la forma en la que se ejecuta el servicio (Pierrend Hernández, 2021). Por su parte, la empatía implica una atención personalizada para comprender de forma individual al cliente (Mohedano Torres, Echeverría Ríos, Martínez Hernández, & Lezama León, 2023).

La capacidad de respuesta es parte notable para calificar la calidad de servicio ya que se conceptualiza como la disposición y actitud proactiva para ayudar a los clientes con el fin de ofrecer un servicio rápido (Huamán & Moncerrath, 2020). Por su parte, la seguridad como dimensión es la habilidad que tienen los colaboradores para inspirar credibilidad y confianza en su entorno (Narváez Gamboa & Reinoso Mayorga, 2020).

Reseña de la empresa: Rectificadora Álava S.A

La empresa se fundó en 1962 como "Taller Álava", cuando Eduardo Álava compró un pequeño torno mientras trabajaba en la Jefatura de la Planta Eléctrica. En 1964, dejó su empleo para dedicarse por completo al taller, comprando terreno y adquiriendo herramientas adicionales. En 1966, obtuvo un crédito del Banco Nacional del Fomento para adquirir una máquina rectificadora de motores, y en 1970 dejó de reparar motores para enfocarse exclusivamente en la rectificación de piezas.

En 1981, adquirió maquinarias más grandes para rectificar cigüeñales, lo que supuso un reto financiero con deudas e intereses altos. En 1989, se introdujeron nuevos cambios en la administración cuando Margarita Álava, su hija, asumió la presidencia de la empresa. Durante este período se implementaron nuevas ideas, como afiliar a los trabajadores y optimizar la gestión. En 1993, la empresa se convirtió en persona jurídica, constituyéndose como Rectificadora Álava S.A. bajo la supervisión de la Superintendencia de Compañías.

Aunque el sr. Eduardo Álava falleció en 2004, la empresa ha seguido creciendo. En 2010 adquirieron un galpón y en 2016 nueva maquinaria para motores grandes. La empresa mantiene la proyección de abrir una sucursal al público y cuenta con 28 empleados; los colaboradores se distribuyen en cuatro áreas estratégicas: la gerencia, administración, producción y apoyo; debido a la naturaleza de la empresa parte del equipo de apoyo y gerencia está compuesto por miembros de la familia fundadora, la gerencia está compuesta por dos personas quienes además también forman parte de la junta de accionistas, en la gerencia son los máximos responsables de ejecutar y supervisar las decisiones estratégicas que se toman con anterioridad en la junta de accionistas la cual está conformada por cuatro hermanos, en el área administrativa hay cinco colaboradores, estos se encargan del control de inventarios, coordinación interna y atención directa al cliente, el área de producción se distribuye entre 18 colaboradores este es el equipo más numeroso conformado por operarios encargados de rectificación de motores, manejo de maquinaria, entre otras actividades que complementan los procesos de rectificado y ensamblado, además, existe un área de apoyo con tres integrantes conocidos internamente como “los Juniors” quienes son los hijos de los propietarios este grupo da apoyo en diversas áreas de la empresa y se proyecta ocupar posiciones de liderazgo a futuro.

METODOLOGÍA

La investigación tuvo el propósito de analizar de acuerdo con los resultados obtenidos, el diseño de la investigación fue no experimental de tipo transversal, ya que no existió manipulación de las variables y se observaron las respuestas en su estado natural para analizarlas posteriormente, además, fue transversal porque como indica Pairumani (2021), la recolección de datos se realizó en un único momento en el tiempo.

Con enfoque cuantitativo ya que se utilizó datos numéricos y análisis estadísticos, por lo tanto, para la recolección de datos, se diseñó una encuesta estructurada que incluyó 10 preguntas relacionadas directamente con las variables a estudiar y las dimensiones proporcionadas por varios autores. Para la recolección de las respuestas se informó a los colaboradores explicando el fin de la encuesta así se garantizó la participación voluntaria y de manera anónima para fomentar las respuestas honestas. Para el análisis de estos resultados, se utilizó el aplicativo Excel y SPSS para la comprobación de hipótesis y el análisis de Cronbach.

La muestra la conformaron 26 colaboradores de la empresa, que eran parte del personal administrativo, producción y apoyo, esta elección se fundamentó en que estos colaboradores son los principales responsables de la atención al cliente y, por lo tanto, desempeñaron un papel crucial en la percepción que los clientes tenían sobre la calidad del servicio ofrecido. Dado que se busca obtener un análisis completo, se optó por incluir a todos los colaboradores en el estudio, llamándose así muestreo censal, que “implica el estudio de toda la población objetivo en lugar de seleccionar una muestra representativa de la misma” (Pérez Flores, 2024); permitiendo así un análisis que representa la situación actual dentro de la empresa.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Tabla 2.

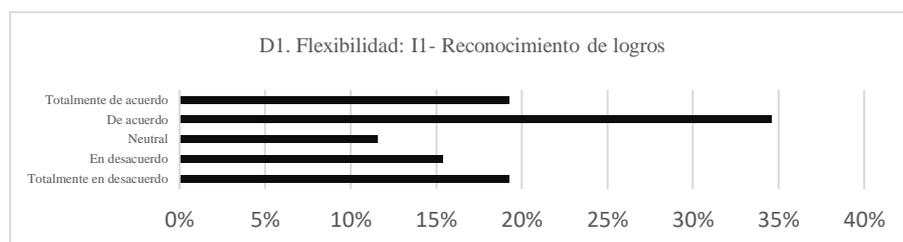
Pregunta 1. La empresa celebra y reconoce sus logros y contribuciones

Opciones de respuesta	Número de respuesta	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	5	19%
En desacuerdo	4	15%
Neutral	3	12%
De acuerdo	9	35%
Totalmente de acuerdo	5	19%
	26	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 1.

Gráfico pregunta 1



El 54% de todos los colaboradores respondieron que la empresa si celebraba y reconocía sus logros, distribuyéndose de la siguiente manera: el 35% "De acuerdo" y el 19% "Totalmente de acuerdo" y 46% se distribuyó en las opciones restantes, no obstante, este porcentaje pudo mostrar que no todos se sienten recompensados por sus contribuciones en la empresa. Siendo este indicador de flexibilidad lo que indicó esta respuesta es la proporción en que la empresa se adapta a las necesidades de los colaboradores, en este caso la necesidad de ser reconocidos por sus contribuciones laborales.

Tabla 3.

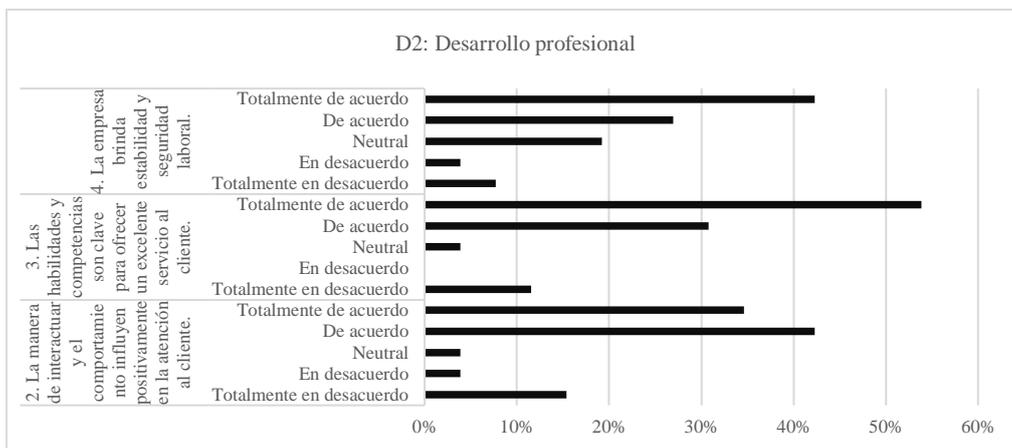
Preguntas dimensión desarrollo profesional

Pregunta	Opciones de respuesta	Número de respuesta	Porcentaje
2. La manera de interactuar y el comportamiento influyen positivamente en la atención al cliente.	Totalmente en desacuerdo	4	15%
	En desacuerdo	1	4%
	Neutral	1	4%
	De acuerdo	11	42%
	Totalmente de acuerdo	9	35%
		26	100%
3. Las habilidades y competencias son clave para ofrecer un excelente servicio al cliente.	Totalmente en desacuerdo	3	12%
	En desacuerdo	0	0%
	Neutral	1	4%
	De acuerdo	8	31%
	Totalmente de acuerdo	14	54%
		26	100%
4. La empresa brinda estabilidad y seguridad laboral.	Totalmente en desacuerdo	2	8%
	En desacuerdo	1	4%
	Neutral	5	19%
	De acuerdo	7	27%
	Totalmente de acuerdo	11	42%
		26	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 2.

Gráfico preguntas 2, 3 y 4 correspondientes a dimensión: Desarrollo profesional



El 77% estimó que su comportamiento y su manera de relacionarse con el cliente influyen positivamente en la atención del cliente, distribuido de la siguiente manera: 35% "totalmente de acuerdo" y el 42% "de acuerdo", esto reflejó una buena presentación del desarrollo profesional que brinda los colaboradores a través de su personalidad; mientras que el 23% suma de las demás opciones consideraban que no influye, esto indicó que el colaborador no está informado sobre el proceso colectivo que demanda prestar un servicio que va desde la suma de las actitudes individuales de cada colaborador hasta realizar con precisión los procesos técnicos que conlleva su trabajo, esto indicó un área por mejorar.

Más de la mitad de los colaboradores respondió "totalmente de acuerdo" con una proporción de 54% sobre sus competencias laborales mostrando que reconocían sus habilidades como parte fundamental para ofrecer un excelente servicio al cliente, otros colaboradores (31%) consideraron que estaban de acuerdo, un 4% se mantuvo neutral, es decir, no estiman si son o no eran claves y el 12% respondió que no son claves para ofrecer un buen servicio.

Una proporción considerable de los colaboradores (69%) consideró estabilidad y seguridad en su puesto de trabajo, mientras que el 12% respondieron "totalmente en desacuerdo" reflejando que no sentían estabilidad ni seguridad en sus puestos de trabajo, por último, el 19% se mantuvo neutral, no están de acuerdo ni en desacuerdo, su posición mostró inseguridad, pero también se interpretó como una postura equilibrada sino cuentan con información para decidir.

Tabla 4.

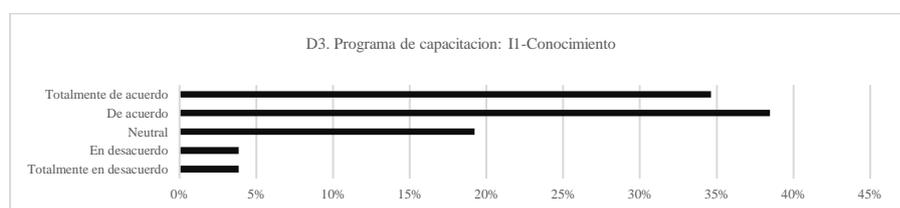
Pregunta 5. Los conocimientos adquiridos dentro de la empresa ayudan a adaptarse rápidamente a los cambios del mercado.

Opciones de respuesta	Número de respuesta	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4%
En desacuerdo	1	4%
Neutral	5	19%
De acuerdo	10	38%
Totalmente de acuerdo	9	35%
	26	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 3.

Gráfico pregunta 5



El 73% valoró que los conocimientos que brindaba la empresa a través de sus programas de capacitación sí le ayudaron a adaptarse con más facilidad a las tendencias del mercado, mientras que el (8%) distribuido en 4% "totalmente en desacuerdo" y 4% "en desacuerdo" consideró que los programas no le ayudaron y el 19% mantuvo una postura neutral. Esto indicó que, en conjunto, existía un 27% de Colaboradores para quienes los programas de capacitación no habían resultado útiles en su proceso de adaptación, lo que mostró otra área de mejora para la administración respecto a la necesidad de cuestionar y analizar el impacto real que estos tenían en sus subordinados.

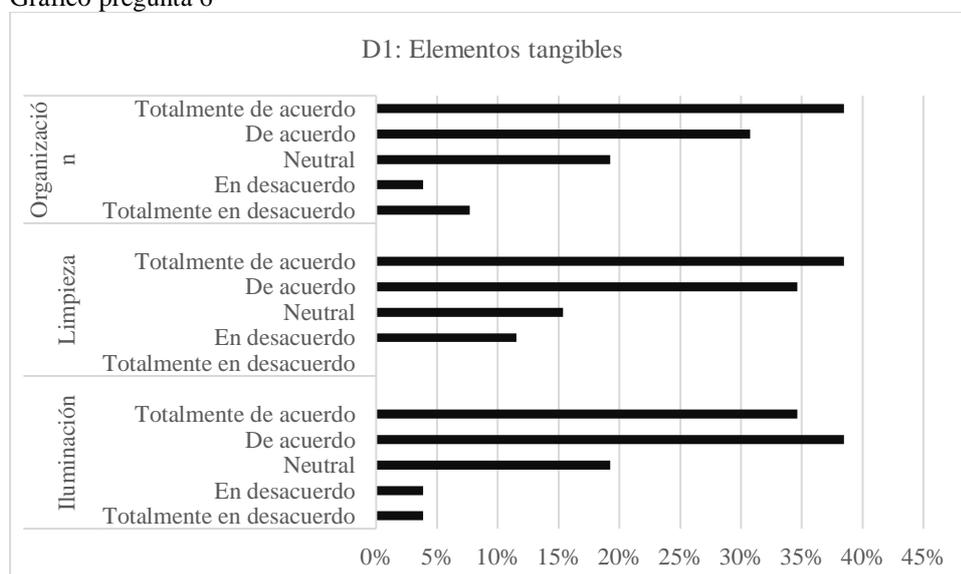
Tabla 5.

Pregunta 6. El ambiente físico de trabajo (iluminación, limpieza, organización) influye en la capacidad para ofrecer un buen servicio al cliente.

Ítems	Opciones de respuesta	Número de respuesta	Porcentaje
Iluminación	Totalmente en desacuerdo	1	4%
	En desacuerdo	1	4%
	Neutral	5	19%
	De acuerdo	10	38%
	Totalmente de acuerdo	9	35%
		26	100%
Limpieza	Totalmente en desacuerdo	0	0%
	En desacuerdo	3	12%
	Neutral	4	15%
	De acuerdo	9	35%
	Totalmente de acuerdo	10	38%
		26	100%
Organización	Totalmente en desacuerdo	2	8%
	En desacuerdo	1	4%
	Neutral	5	19%
	De acuerdo	8	31%
	Totalmente de acuerdo	10	38%
		26	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 4.
Gráfico pregunta 6



El 73% de los colaboradores consideró que la iluminación dentro del ambiente físico de trabajo influía en la capacidad para ofrecer un buen servicio (lo cual podía estar relacionado a que los trabajos que realizan requieren de precisión y una buena visión por el manejo de maquinarias especializadas), mientras que el 8% no lo consideró tan influyente y el 19% se mantuvo neutral, es decir, le era superficial este factor para brindar un buen servicio.

Por otro lado, el factor limpieza dentro del ambiente de trabajo según los resultados mostró que el 73% de los colaboradores si lo consideró influyente para brindar un buen servicio, mientras que el 15% se mostró neutral, que se interpretó como una concentración en su trabajo técnico que, en el entorno, mientras que el 12% indicó una posible mejora sobre una formación y concientización sobre la higiene, salud, etc.

Finalmente, el 69% consideró que una buena organización en el contexto laboral es necesaria para ofrecer un excelente servicio al cliente, mientras que el 12% no lo consideró tan importante (4% “en desacuerdo” y 8% “totalmente en desacuerdo”) y el 19% se mantuvo neutral. En conjunto, el 12% se interpreta como una valoración baja del colaborador hacia el orden como principio de calidad, el 19% no lo considera prioritario, pero tampoco lo rechazó lo que podía estar ligado a que la organización la manejan los administrativos, mientras que el 69% de colaboradores valoraron la organización como parte fundamental para desarrollar sus actividades.

Tabla 6.

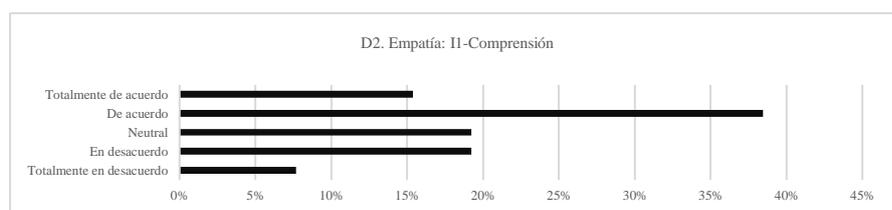
Pregunta 7: La capacitación recibida ayuda a desarrollar habilidades empáticas en el trato con los clientes.

Opciones de respuesta	Número de respuesta	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	8%
En desacuerdo	5	19%
Neutral	5	19%
De acuerdo	10	38%
Totalmente de acuerdo	4	15%
	26	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 5.

Gráfico pregunta 7



Un 54% de los colaboradores consideró que la capacitación que han recibido por parte de la empresa les ayudó a desarrollar habilidades empáticas en el trato directo con los clientes, mientras que el 27% consideró que no es así, esto debido a que las capacitaciones impartidas por la empresa eran más técnicas o específicas a las operaciones de la empresa y no al desarrollo directo de habilidades sociales de colaboradores hacia clientes y el 19% se mantuvo neutral.

Tabla 7.

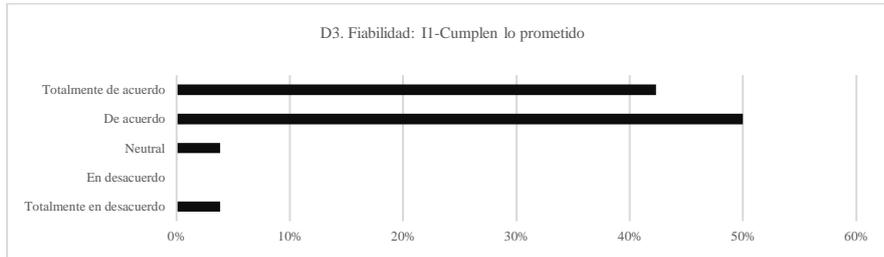
Pregunta 8: Trabaja de manera coordinada para garantizar que se cumplan las expectativas del cliente.

Opciones de respuesta	Número de respuesta	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	1	4%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	1	4%
De acuerdo	13	50%
Totalmente de acuerdo	11	42%

Fuente: Elaboración propia

Figura 6.

Gráfico pregunta 8



En esta pregunta se analizó la fiabilidad que mostraron los colaboradores hacia el cliente, el 92% de los colaboradores consideró que trabajaban de manera coordinada para garantizar que se cumpla las expectativas del cliente, se interpretó como un alto nivel de compromiso por parte del colaborador, y solo el 4% consideró que no se sentían responsable de la satisfacción de cliente respecto al servicio y el otro 4% restante se mantuvo neutral. Sin embargo, se debe tener en cuenta que estos últimos mostraron una postura diferente y alerta importante acerca de la percepción del cliente. Pero a pesar de que en la pregunta 4 no todos mostraron que se sentían seguros y estables en su puesto de trabajo, se demostró que la mayoría de los colaboradores buscaba cumplir con las expectativas del cliente trabajando de manera correcta.

Tabla 8.

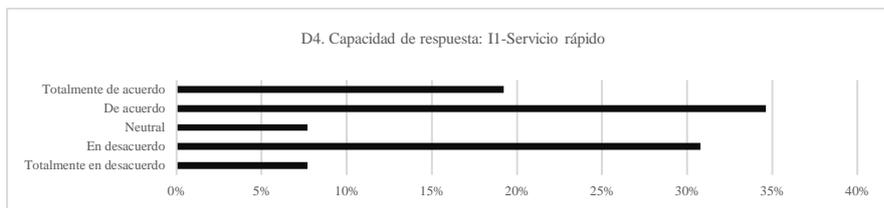
Pregunta 9: Tiene usted suficiente autonomía para resolver problemas de los clientes sin necesidad de escalar la situación.

Opciones de respuesta	Número de respuesta	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	2	8%
En desacuerdo	8	31%
Neutral	2	8%
De acuerdo	9	35%
Totalmente de acuerdo	5	19%
	26	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 7.

Gráfico pregunta 9



Esta pregunta buscó analizar la capacidad de respuesta de los colaboradores, donde casi la mitad de los colaboradores 47% consideró que no tenía autonomía para resolver problemas que surgían con los clientes y tenían que escalar la situación, se distribuyó así: 8% "totalmente en desacuerdo", 31% "en desacuerdo" y el 8% neutral. Se interpreta que los colaboradores no se sentían capaces de resolver por cuenta propia por no tener esa facultad en su puesto de trabajo y deben recurrir a la persona a cargo; mientras que el 53% consideró que sí tenían autonomía para resolver problemas de los clientes sin necesidad de escalar la situación.

Tabla 9.

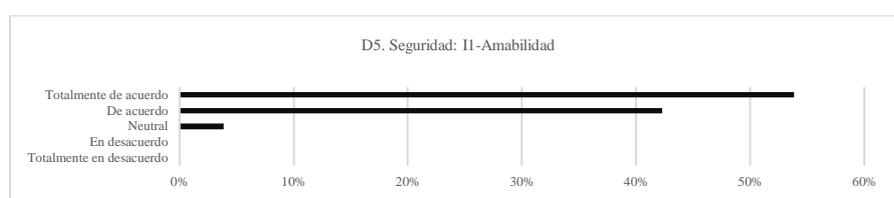
Pregunta 10: La actitud positiva y la confianza influyen en cómo los clientes perciben el servicio ofrecido

Opciones de respuesta	Número de respuesta	Porcentaje
Totalmente en desacuerdo	0	0%
En desacuerdo	0	0%
Neutral	1	4%
De acuerdo	11	42%
Totalmente de acuerdo	14	54%
	26	100%

Fuente: Elaboración propia

Figura 8.

Gráfico pregunta 10



En esta pregunta el 96% de los colaboradores estimó que su actitud positiva y confianza influían en la percepción del cliente hacia el servicio ofrecido, y el 4% se mantuvo neutral; el 96% se interpretó como una autoimagen positiva del trabajador lo que demostró que existía motivación, ya que habían calificado que sí sentían confianza en sí mismos al realizar su trabajo, influyendo en gran manera en la percepción del cliente, por otro lado, el 4% al ser una pregunta de auto calificación se interpretó que no todos los colaboradores sentían seguridad en ellos mismos por lo que adoptaron una postura neutral.

Discusión de los resultados

La investigación realizada en la Rectificadora Álava S.A., permitió analizar que la motivación laboral influye de manera significativa en la calidad de servicio de atención al cliente. En general, entre la motivación laboral se obtuvo una correlación de 0,678 y el nivel de significancia de 0,01 lo que se analizó como una relación fuerte y altamente significativa con la calidad de servicio de atención al cliente. Este hallazgo coincide con el estudio de Cortez Robles (2022), en el contexto de supermercados peruanos, donde se identificó también una relación directa y significativa entre motivación laboral y calidad de servicio, lo que permite afirmar que esta relación se mantiene en distintos sectores productivos y de servicios.

En cuanto a la dimensión de flexibilidad referida por el reconocimiento a los logros del personal se encontró una correlación positiva de 0,593 con una significancia de $P=0,001$, destacando la importancia del reconocimiento en la percepción de calidad de servicio. Este resultado se relaciona con lo reportado por Bermúdez Tacunga (2021), quien evidenció que el 92% de los colaboradores y el 100% de los jefes en pequeñas empresas en Manabí consideraron que el reconocimiento de los superiores es determinante para que el personal se mantenga motivado.

Respecto al desarrollo profesional, en la Rectificadora Álava S.A., se obtuvieron respuestas favorables dando como resultado que el 77% de los colaboradores indicó que su comportamiento influía en la atención del cliente, el 85% reconoció sus habilidades como un punto clave para el servicio y el 69% manifestó percibir estabilidad laboral. Este hallazgo se relaciona con lo señalado por Cortés Robles (2022), quien consideró al desarrollo profesional como una dimensión estratégica de la motivación laboral. En concordancia, la relación hallada en este estudio da una correlación de $p=0,633$ con una significancia de 0,001 que se analizó como una correlación positiva.

En lo referente al programa de capacitación, se obtuvo una correlación moderada de 0,469 y una significancia de 0,016. Si bien la mayoría de los colaboradores el 73% reconoció que la capacitación fue útil para adaptarse a los cambios, un 27% se mostró indiferente. Este resultado puede explicarse a partir de lo expuesto por Cueva González (2021), en el sector hotelero, donde se concluyó que, aunque los trabajadores presentan un

nivel aceptable de satisfacción en cuanto a la motivación laboral, es necesario reforzar las capacitaciones a través de talleres enfocados en: la vocación de servicio, estímulos económicos y oportunidades de crecimiento. En este sentido, el hallazgo en la Rectificadora Álava S.A., coincide en que la capacitación por sí sola no genera un impacto suficiente en la calidad del servicio, lo que sugiere el uso de estrategias motivacionales que las complementen.

Propuesta de mejora

Con base en los resultados obtenidos y a través del análisis de los resultados se planteó una propuesta de mejora enfocada en fortalecer diferentes aspectos claves reconocidos dentro del entorno organizacional, esta propuesta sustentó la necesidad de potenciar el compromiso, el desarrollo profesional, la autonomía del personal y elementos que incidían de forma directa en la calidad de servicio.

En primera instancia se evidenció que una parte considerable de los colaboradores no percibieron un reconocimiento adecuado por sus logros lo cual puede afectar directamente su nivel de motivación, por ello se propuso establecer un sistema de reconocimientos formales e informales, por ejemplo, premios mensuales y comunicaciones internas destacando los logros alcanzados.

De cierto modo algunos colaboradores no identificaron el impacto positivo que tenía su actitud y comportamiento en la atención del cliente, es por esta razón que fortalecer los programas de formación incorporando módulos de habilidades blandas, como la empatía, la comunicación efectiva, el trabajo en equipo, utilizando metodologías prácticas del diario vivir. Dado que parte de los encuestados no percibió beneficios claros de las capacitaciones recibidas se sugirió seguimiento post capacitación, implementar evaluaciones de necesidades y rediseñar los contenidos para alinearlos con los cambios del mercado y las necesidades laborales reales de los colaboradores.

Otro punto importante fue la estabilidad laboral, se propuso promover la transparencia en los procesos internos, mantener una comunicación clara sobre las decisiones organizativas y fortalecer el sentido de pertenencia con la participación interna.

Una proporción importante de trabajadores mostró que no sentían autonomía para resolver problemas en el puesto de trabajo, debido a esta situación se propuso establecer márgenes de acción definidos, protocolos de actuación ante situaciones frecuentes y espacios de formación que desarrollen la toma de decisiones autónomas bajo criterios organizativos.

Esta propuesta se realizó con la finalidad de incrementar los niveles de motivación laboral y también reforzar la calidad de atención al cliente desde una perspectiva integral. Al ofrecer aspectos como el reconocimiento, la capacitación, la estabilidad y la autonomía, se espera generar un entorno más comprometido donde los colaboradores se sientan valorados y preparados para brindar un servicio de calidad.

Tabla 10.

Propuesta

Nº	Área de mejora	Problema detectado	Propuesta de mejora
1	Reconocimiento laboral	Falta de percepción por reconocimiento de logros (pregunta 1)	Sistema formal o informal de reconocimientos/cultura de retroalimentación positiva
2	Habilidades interpersonales	Desconocimiento del impacto del comportamiento en el servicio (pregunta 2)	Capacitación en habilidades blandas
3	Programa de capacitación	Baja percepción de utilidad en la adaptación al mercado (Pregunta 5)	Evaluar las necesidades, seguimiento de las capacitaciones
4	Estabilidad/compromiso	Dudas sobre la estabilidad laboral (Pregunta 8 y 4)	Transferencia organizacional y participación en decisiones
5	Autonomía operativa	Limitaciones en la toma de decisiones (pregunta 9)	Protocolos en acción, márgenes definidos y formación en toma de decisiones autónomas

Nota: esta propuesta se realizó en respuesta a los resultados obtenidos en la encuesta en cuestión a las áreas de mejora

CONCLUSIÓN

En este estudio se evidenció que la motivación laboral juega un rol crucial en la calidad de servicio de atención al cliente que ofrece la rectificadora, todos estos factores estudiados en conjunto son significativos no solo en la mejora del desempeño individual, sino que también favorece un entorno laboral más comprometido lo cual se refleja directamente en la atención que recibe el cliente.

Respecto a la flexibilidad se mostró que el reconocimiento de logros es una necesidad vigente entre los colaboradores es por esta razón que aquellos que perciben reconocimiento por parte de la empresa tienden a asumir con mayor compromiso sus funciones.

En cuanto a la importancia del desarrollo profesional, los resultados indicaron que ofrecer oportunidades de mejora continua, así como fomentar la estabilidad y seguridad en el puesto de trabajo incrementaba el sentido de pertenencia y responsabilidad entre los colaboradores.

Y por último los programas de capacitación requerían ser actualizados y mejor evaluados por la administración. Si bien los colaboradores reconocieron los beneficios en cuanto a la adaptación al mercado en un porcentaje considerable, también existía una proporción que no percibía el impacto claro de las capacitaciones. Por esta razón, se recomendó incorporar contenidos vinculados no solo a las competencias técnicas, sino también a las habilidades blandas, indispensables en el trato con el cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bermúdez Tacunga, R. S. (2021). La motivación y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores de las pequeñas empresas privadas en la Provincia de Manabí – Ecuador (Tesis de doctorado). Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima, Perú. Recuperado de <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/backend/api/core/bitstreams/142ce3b1-be22-4d09-900b-f67fd3365b8e/content>
- Cedeño Quiroz, D. P. (2016). *LA MOTIVACIÓN, HERRAMIENTA BÁSICA EN EL DESEMPEÑO LABORAL DEL PERSONAL DE VENTAS DE COMERCIAL DELGADO S.A.* (Thesis). Recuperado de <https://repositorio.uleam.edu.ec/handle/123456789/3206>
- Cortez Robles, M. (2022). Motivación Laboral del Personal y su Influencia en Calidad de Servicio en Atención al Cliente, Empresa Supermercados Peruanos S.A. Lima, 2022. *Universidad Privada Telesup - UTELESUP*. Recuperado de <https://repositorio.utelesup.edu.pe/handle/UTELESUP/2495>
- Cueva Gonzales, G. (2021). La motivación laboral y su influencia en la calidad de atención al cliente en la Empresa Hotelera Costa del Sol, Cajamarca. *Repositorio Institucional - UCV*. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/57891>
- Huamán, J., & Moncerrath, M. (2020). Motivación laboral y calidad de atención en un hospital de Huancayo. *Universidad Peruana Los Andes*. Recuperado de <http://repositorio.upla.edu.pe/handle/20.500.12848/1561>

- Lemos Daza, L. (2021). *Implementación del programa de capacitación en la empresa Nelson Rodríguez Ingeniería SAS*. (Universidad de América). Universidad de América, Bogotá. Recuperado de <http://52.0.229.99/handle/20.500.11839/8487>
- Martínez Morán, P. C. (2024). Cómo la flexibilidad laboral está transformando nuestras vidas. *Descripción: The Conversation Número: . Volumen: . Página Inicio: en línea Página Fin: en línea*. Recuperado de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/94467>
- Merchan Morales, A. M. (2022). Teorías de motivación y su relación en el ámbito laboral. *Revista de Investigación, Formación y Desarrollo: Generando Productividad Institucional*, 10(2), 81-86.
- Mohedano Torres, E. D. J., Echeverría Ríos, O. M., Martínez Hernández, M., & Lezama León, M. H. (2023). Modelo SERVQUAL para medir la calidad en el servicio en operadores logísticos. *Revista CEA*, 9(19), e2234. <https://doi.org/10.22430/24223182.2234>
- Narváez Gamboa, E. G., & Reinoso Mayorga, C. K. (2020). *Servicio al cliente: Desde una perspectiva del modelo Servqual*. Recuperado de <https://repositorio.uta.edu.ec/handle/123456789/31467>
- Ordoñez, K., & Zaldumbide, D. (2020). La calidad del servicio al cliente como ventaja competitiva en las microempresas de servicio. *593 Digital Publisher CEIT*, 5(5-1), 4-15. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.5-1.310>
- Pairumani, R. (Director). (2021). *Taller de tesis 7*. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=jvYFphlQXzE>
- Pérez Flores, A. (2024). Respuesta carta editor "Población y muestra". *International journal of interdisciplinary dentistry*, 17(2), 67-67. <https://doi.org/10.4067/s2452-55882024000200067>
- Pierrend Hernández, S. D. R. (2021). La calidad del servicio según el modelo SERVQUAL y la Fidelización del cliente en las agencias de viajes del distrito de Miraflores en el año 2019.
- Puma, M. (2020). La motivación laboral y el compromiso organizacional. *Ciencia y Desarrollo*, 23(3), 45-53. <https://doi.org/10.21503/cyd.v23i3.2141>
- Salom, M. A. C. (2022). Complicidad entre autoevaluación y desarrollo profesional: ¿Cómo posibilitarla? *Revista Meta: Avaliação*, 14(42), 1-18. <https://doi.org/10.22347/2175-2753v14i42.3626>
- Solórzano Barrera, G., & Aceves López, J. N. (2015). *IMPORTANCIA DE LA CALIDAD DEL SERVICIO AL CLIENTE PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LAS EMPRESAS*. Recuperado de <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no82/pacioli-82.pdf>

ANEXOS

Matriz de consistencia

Problema General	Objetivo General	Hipótesis General	Variables y Dimensiones	Metodología	Población y Muestra	Técnica e Instrumento
¿De qué manera la motivación laboral influye en la calidad del servicio al cliente en la Rectificadora Álava S.A.?	Analizar de qué manera la motivación laboral influye en la calidad del servicio al cliente en la Rectificadora Álava S.A.	H1: La motivación laboral influye significativamente en la calidad del servicio al cliente en la Rectificadora Álava S.A.	<p>Variable Independiente</p> <p>Motivación Laboral</p> <p>Dimensiones</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Flexibilidad 2. Desarrollo Profesional 3. Programa de capacitación 	<p>Tipo de investigación Descriptiva - Analítica</p> <p>Enfoque de la investigación Cuantitativo</p> <p>Diseño de la investigación No experimental - Transversal</p>	26 colaboradores de la Rectificadora Álava S.A.	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumentos Cuestionario</p> <p>Análisis Estadístico Excel SPSS</p>
Problemas Específicos	Objetivos Específicos	Hipótesis Específicas	Variable Dependiente	No experimental - Transversal		
Problema Específico 1 ¿De qué manera la flexibilidad de la motivación laboral influye en la calidad del servicio en la Rectificadora Álava S.A.?	Objetivo Específico 1 Analizar de qué manera la flexibilidad de la motivación laboral influye en la calidad del servicio en la Rectificadora Álava S.A.	Hipótesis Específica 1 La flexibilidad de la motivación laboral influye positivamente en la calidad del servicio en la Rectificadora Álava S.A.	Calidad del Servicio			
Problema Específico 2 ¿Qué relación existe entre el desarrollo profesional y la calidad de servicio en la rectificadora Álava S.A.?	Objetivo Específico 2 Determinar la relación que tiene el desarrollo profesional con la calidad de servicio en la rectificadora Álava S.A.	Hipótesis Específica 2 El desarrollo profesional de los colaboradores mantiene una relación positiva con la calidad del servicio en la rectificadora Álava S.A.	<p>Dimensiones</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Elementos tangibles 2. Empatía 3. Fiabilidad 4. Capacidad de respuesta 5. Seguridad 			
Problema Específico 3 ¿En qué medida el programa de capacitación	Objetivo Específico 3 Evaluar el impacto del programa de	Hipótesis Específica 3 El programa de capacitación				

influye en la calidad de servicio en la rectificadora Álava S.A.?	capacitación en la calidad de servicio en la rectificadora Álava S.A.	n influye significativamente en la calidad de servicio en la rectificadora Álava S.A.				
---	---	---	--	--	--	--

Fuente: Elaboración Propia

Operacionalidad de las variables

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS (PREGUNTAS)	ESCALA DE MEDICIÓN
V.1. Motivación Laboral	1. Flexibilidad	Reconocimiento de logros	La empresa celebra y reconoce sus logros y contribuciones	Escala de Likert: — Totalmente en desacuerdo — En desacuerdo — Neutral — De acuerdo — Totalmente de acuerdo
	2. Desarrollo Profesional	Personalidad	La manera de interactuar y el comportamiento influyen positivamente en la atención al cliente.	
		Competencias Laborales	Las habilidades y competencias son clave para ofrecer un excelente servicio al cliente.	
		Estabilidad Laboral	La empresa brinda estabilidad y seguridad laboral.	
3. Programa de Capacitación	Conocimiento	Los conocimientos adquiridos dentro de la empresa ayudan a adaptarse rápidamente a los cambios del mercado.		
V.2. Calidad de servicio al cliente	1. Elementos tangibles	Ambiente de trabajo	El ambiente físico de trabajo (iluminación, limpieza, organización) influye en la capacidad para ofrecer un buen servicio al cliente.	
	2. Empatía	Comprensión	La capacitación recibida ayuda a desarrollar habilidades empáticas en el trato con los clientes.	
	3. Fiabilidad	Cumplen lo prometido	Trabaja de manera coordinada para garantizar que se cumplan las expectativas del cliente.	
	4. Capacidad de respuesta	Servicio rápido	Tiene usted suficiente autonomía para resolver problemas de los clientes sin necesidad de escalar la situación.	
	5. Seguridad	Amabilidad	La actitud positiva y la confianza influyen en cómo los clientes perciben el servicio ofrecido	

Fuente: Elaboración propia

Visita a la empresa



Cuestionario

Encuesta dirigida a los colaboradores de Rectificadora Álava S.A

Cuando envíe este formulario, no recopilaremos automáticamente sus detalles, como el nombre y la dirección de correo electrónico, a menos que lo proporcione usted mismo.

* Obligatorio

1. La empresa celebra y reconoce sus logros y contribuciones * [?]

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Neutral

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

2. La manera de interactuar y el comportamiento influyen positivamente en la atención al cliente. *

* [?]

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Neutral

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

3. Las habilidades y competencias son clave para ofrecer un excelente servicio al cliente. *

* [?]

Totalmente en desacuerdo

En desacuerdo

Neutral

De acuerdo

Totalmente de acuerdo

4. La empresa brinda estabilidad y seguridad laboral. * [1]

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

5. Los conocimientos adquiridos dentro de la empresa ayudan a adaptarse rápidamente a los cambios del mercado. * [1]

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

6. El ambiente físico de trabajo (iluminación, limpieza, organización) influye en la capacidad para ofrecer un buen servicio al cliente. * [1]

	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Iluminación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Limpieza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Organización	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. La capacitación recibida ayuda a desarrollar habilidades empáticas en el trato con los clientes. * [1]

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral

- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

8. Trabaja de manera coordinada para garantizar que se cumplan las expectativas del cliente. * [1]

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

9. Tiene usted suficiente autonomía para resolver problemas de los clientes sin necesidad de escalar la situación. * [1]

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo

10. La actitud positiva y la confianza influyen en cómo los clientes perciben el servicio ofrecido. * [1]

- Totalmente en desacuerdo
- En desacuerdo
- Neutral
- De acuerdo
- Totalmente de acuerdo