

Análisis de la motivación y productividad como factores relevantes en la eficiencia de la calidad de servicio al cliente en entidades financieras de la ciudad de Puno

Gina Elizabeth Romani Alejo

Universidad Nacional del Altiplano Puno, Perú – gromani@unap.edu.pe

Abstract

En esta investigación es analizar el grado de relación de la motivación y productividad como factores relevantes en la eficiencia de la calidad de servicio al cliente de las entidades financieras de la ciudad de Puno y el método de la investigación estuvo enmarcada en un diseño no experimental, de campo y de carácter descriptivo. La recolección de información se utilizaron encuestas dicotómicas, al área de negocios de cada empresa teniendo como muestra dos agencias por cada empresa; Cmac Arequipa, Cmac Cusco y Mibanco. Se concluye la existencia de una relación directa de la motivación y productividad como factores relevantes sobre la eficiencia de la calidad de servicio al cliente de las entidades financieras de la ciudad de Puno.

Keywords: Atención al cliente, calidad, eficiencia del financiero, entidades financieras, factores, personal y productividad.

1. Introducción

El objetivo principal de esta investigación es analizar el grado de relación entre la motivación y la productividad como factor relacionado que incide en la calidad y eficiencia de la atención al cliente de las entidades financieras de Puno. Comprender la correlación entre las dos variables, es muy importante para cualquier organización, especialmente cuando, se busca el éxito, la motivación es uno de los pilares básicos, permitiendo que los miembros de la empresa reconozcan sus metas y sean más eficientes, comprometidos con la consecución del objetivo. En el primer capítulo se planteó la determinación de los problemas que enfrentan las entidades financieras Mi banco, Cmac Arequipa y Cmac Cusco en Puno, y a mayor motivación, mayor productividad de la empresa.

Capítulo dos; se explica las diferentes teorías y métodos que consideran la motivación y la productividad como factores relevantes de la calidad y eficiencia del servicio al cliente. Considera diversas teorías motivacionales que explican cómo conceptualizar y cómo utilizar diferentes herramientas para medir la productividad.

Capítulo tres; Demuestra los métodos de investigación, explica las herramientas de medición y los factores relacionados de motivación y productividad, y explica la selección, recolección y procesamiento de muestras en el trabajo de investigación.

Capítulo cuatro; presenta los resultados de la encuesta y utilice tablas, gráficos estadísticos para analizar y explicar en detalle los datos recopilados por los instrumentos de medición. De igual forma, los resultados obtenidos de la investigación pueden confirmar la hipótesis planteada al inicio, y luego establecer las conclusiones y recomendaciones de la investigación

2. Materiales y Métodos

Análisis y tratamiento de datos

Para el análisis y procesamiento de datos, se recomienda utilizar técnicas estadísticas para cada objetivo de acuerdo con los siguientes detalles:

Para el objetivo e General: “Analizar el grado de relación entre motivación y productividad como factor relevante que incide en la calidad y eficiencia de la calidad de servicio al cliente de las entidades financieras de Puno; considerar el uso de técnicas estadísticas para el análisis de correlación”

La correlación puede tomar valores en el intervalo $[-1,1]$, indicando el signo el sentido de la relación:

Si $r = 1$, existe una correlación positiva perfecta. Si $0 < r < 1$, existe una correlación positiva.

Si $r = 0$, no existe relación lineal.

Si $-1 < r < 0$, existe una correlación negativa.

Si $r = -1$, existe una correlación negativa perfecta

Además, se pueden dar interpretaciones para la asociación de las variables según el siguiente detalle Hinkle, Wiersma & Jurs (2003). Applied statistics for the behavioral sciences:

- Perfecta 0.90 a 1.00 (-0.90 a -1.00) correlación bien fuerte positiva (negativa).
- Excelente 0.70 a 0.90 (-0.70 a -0.90) correlación fuerte positiva (negativa).
- Buena 0.50 a 0.70 (-0.50 a -0.70) correlación moderada positiva (negativa).
- Regular 0.30 a 0.50 (-0.30 a -0.50) correlación baja positiva (negativa).
- Mala 0.00 a 0.30 (-0.00 a -0.30) si existe correlación, es pequeña.

Primer objetivo Específico: "Demostrar que la motivación y la productividad influyen en la mejora continua en la calidad del servicio al cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Puno "; se llevó a cabo por un análisis de regresión lineal múltiple, que también permite el cálculo del coeficiente de correlación que indica la proporción de explicación de El sistema dependiente. Variable después de un conjunto de variables independientes cuyo modelo estadístico es:

Donde:

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_p X_p + \varepsilon$$

Y_t : Variable Dependiente.

X_1, X_2, \dots, X_p : Variables Explicativas.

B_0, B_1, \dots, B_p : Coeficientes de Regresión.

Y además para el cálculo del coeficiente de determinación en función de la regresión lineal fue calculada mediante la fórmula:

$$R^2 = \frac{\sigma_{XY}^2}{\sigma_X^2 \sigma_Y^2}$$

Segundo objetivo Específico: "Determine qué factores son relevantes para facilitar la calidad de la calidad del servicio al cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Puno"; Para verificar este objetivo, la técnica de estadísticas de regresión progresiva (regresión progresiva).

Muestra de la Investigación; Las muestras incluyen personal de división, que se formó de 120 empleados de las tres instituciones financieras de instituciones financieras como MIBANCO, CMAC CUSCO y CMAC AREQUIPA y la población de la ciudad de Puno. Para definir el tamaño de la muestra, se ha aplicado la fórmula metódica para las poblaciones terminadas.

3. Resultados

Contrastación de Hipótesis

Hipótesis específica 1: *Es viable que la motivación influye en resolver la avance en la calidad de servicio al cliente en las entidades financieras de la ciudad de Puno.*

Por los resultados obtenidos posteriormente de ejecutar un diagnóstico a través de la encuesta como la información, denotados en la investigación que se considera en el análisis del objetivo es específico No 1 en que se determina que la motivación influye en la calidad de servicio al cliente en las entidades financieras de la ciudad de Puno, por lo proporción sea aceptada la hipótesis específica N° 1

Hipótesis específica 2: *La productividad que afecta la mejora de la calidad del servicio al cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Puno.* Los resultados de la encuesta a las instituciones financieras, es obvio que el objetivo específico ha propuesto la productividad de la productividad de la productividad en la calidad de los servicios ofrecidos por el cliente en las entidades financieras de la ciudad de Puno, como se indica en los resultados, se acepta la hipótesis específica.

Hipótesis específica 3: *Existen factores relevantes para promover la eficiencia de la calidad del servicio al cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Puno.* De acuerdo con el análisis, se determinó que existen factores relevantes para promover la eficiencia de la calidad del servicio al cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Puno, según el número de propósito específico No 3. Como se muestra en los resultados de la encuesta, si se determina que existen factores relacionados con la atención al cliente, se confirma que existen factores importantes que aceptan una determinada hipótesis N° 3.

Hipótesis general: *La motivación y la productividad están relacionadas con la eficiencia de la calidad del servicio al cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Puno.* Se acepta la hipótesis general porque el análisis de los resultados obtenidos determinó que existía un vínculo entre la motivación y la productividad como factor relacionado con la eficiencia de la calidad del servicio al cliente.

Prueba de hipótesis estadística para la correlación

Analizar el grado de relación motivación-productividad como factor relacionado con la eficiencia en la calidad del servicio al cliente Cmac Cusco: Relación motivación como factor relacionado con la eficiencia en la calidad del servicio.

Formulación de la Hipótesis estadística

H₀: (p = 0): No relacionado con la motivación como factor relacionado con la eficiencia de la calidad del servicio al cliente.

H_a: (p <> 0): No existe relación con la motivación como factor relacionado con la eficiencia de la calidad del servicio al cliente.

Definición del nivel de significancia

Alpha = 0.05 (5% de error de la prueba)

r = 0.824

Definición del estadístico de prueba

$$T_{\text{calculado}} = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}; \text{ siendo } n-2 \text{ g.l}$$

$$T_{\text{calculado}} = 11.03$$

El análisis de correlación obtenida mediante el procesamiento con el software SPSS también muestra un valor significativo bilateral de 1.7732E-11, lo que muestra que la correlación es significativa a un nivel de error del 1% (0.01).

Tabla 9. Correlación entre Motivación y Eficiencia CMAC CUSCO

		Puntaje Motivación	Puntaje Eficiencia de la calidad de servicio al cliente
Puntaje Motivación	Correlación de Pearson	1	,824**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	41	41
Puntaje Eficiencia de la calidad de servicio al cliente	Correlación de Pearson	,824**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	41	41

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

CMAC CUSCO: *relación entre la productividad como factor relevante en la eficiencia de la calidad de servicio*

Formulación de la Hipótesis estadística

H0: (p = 0): No existe relación entre la productividad como factores relevantes en la eficiencia de la calidad de servicio al cliente.

Ha: (p < 0): No existe relación entre la productividad como factores relevantes en la eficiencia de la calidad de servicio al cliente.

Definición del nivel de significancia, Alpha = 0.05 (5% de error de la prueba), r = 0.727

Definición del estadístico de prueba

$$T_{\text{calculado}} = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}; \text{ siendo } n-2 \text{ g.l}$$

$$T_{\text{calculado}} = 9.01$$

En resumen, el análisis de correlación obtenida mediante el procesamiento con el software SPSS también muestra un valor significativo bilateral de 3.6682E-8, lo que indica que la correlación es significativa a un nivel de error del 1% (0.01).

Tabla10. Correlación entre Productividad y Eficiencia CMAC CUSCO

		Puntaje Eficiencia de la calidad de servicio al cliente	Puntaje de productividad
Puntaje Eficiencia de la calidad de servicio al cliente	Correlación de Pearson	1	,727**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	41	41
Puntaje de productividad	Correlación de Pearson	,727**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	41	41

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

Mi Banco: *relación entre la motivación como factor relevante en la eficiencia de la calidad de servicio*

Formulación de la Hipótesis estadística

H0: ($p = 0$): No existe relación entre la motivación como factores relevantes en la eficiencia de la calidad de servicio al cliente.

Ha: ($p < 0$): No existe relación entre la motivación como factores relevantes en la eficiencia de la calidad de servicio al cliente.

Definición del nivel de significancia

Alpha = 0.05 (5% de error de la prueba), $r = 0.808$

Definición del estadístico de prueba

$$T_{\text{calculado}} = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}; \text{ siendo } n - 2 \text{ g. l}$$

$$T_{\text{calculado}} = 10.6$$

De forma análoga en cuadro resumen del análisis de correlación obtenido mediante el procesamiento con el software SPSS se aprecia un valor de significancia bilateral de 8,356E-11 e indica que la correlación es significativa a un nivel de error del 1% (0.01).

Tabla 11. Correlación entre Motivación y Eficiencia en Mi Banco

		Puntaje Motivación	Puntaje Eficiencia de la calidad de servicio al cliente
Puntaje Motivación	Correlación de Pearson	1	,808**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	41	41
Puntaje Eficiencia de la calidad de servicio al cliente	Correlación de Pearson	,808**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	41	41

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

MI BANCO: *Relación entre la productividad como factor relevante en la eficiencia de la calidad de servicio*

Formulación de la Hipótesis estadística

H0: ($p = 0$): No existe relación entre la productividad como factores relevantes en la eficiencia de la calidad de servicio al cliente.

Ha: ($p < 0$): No existe relación entre la productividad como factores relevantes en la eficiencia de la calidad de servicio al cliente.

Definición del nivel de significancia

Alpha = 0.05 (5% de error de la prueba), $r = 0.804$

Definición del estadístico de prueba

$$T_{\text{calculado}} = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}; \text{ siendo } n - 2 \text{ g. l}$$

$$T_{\text{calculado}} = 10.5$$

El análisis de correlación obtenida mediante el procesamiento con el software SPSS también muestra un valor de significancia bilateral de 1.1995E-10, lo que indica que la correlación es significativa con un nivel de error del 1% (0.01).

Tabla 12. Correlación entre Productividad y Eficiencia en Mi Banco

		Puntaje Eficiencia de la calidad de servicio al cliente	Puntaje de productividad
Puntaje Eficiencia de la calidad de servicio al cliente	Correlación de Pearson	1	,804**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	41	41
Puntaje de productividad	Correlación de Pearson	,804**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	41	41

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

CMAC AREQUIPA: *Relación entre la motivación como factor relevante en la eficiencia de la calidad de servicio.*

Formulación de la Hipótesis estadística

H0: (p = 0): No existe relación entre la motivación como factores relevantes en la eficiencia de la calidad de servicio al cliente.

Ha: (p < 0): No existe relación entre la motivación como factores relevantes en la eficiencia de la calidad de servicio al cliente.

Definición del nivel de significancia, Alpha = 0.05 (5% de error de la prueba), r = 0. 689

Definición del estadístico de prueba

$$T_{\text{calculado}} = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}; \text{ siendo } n-2 \text{ g.l}$$

$$T_{\text{calculado}} = 8.62$$

En resumen, del análisis de correlación obtenida mediante el procesamiento con el software SPSS también muestra un valor significativo bilateral de 6.2329E-7, lo que indica que la correlación es significativa con un nivel de error del 1% (0.01).

Tabla 13. Correlación entre Motivación y Eficiencia en CMAC Arequipa

		Puntaje Motivación	Puntaje Eficiencia de la calidad de servicio al cliente
Puntaje Motivación	Correlación de Pearson	1	,689**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	39	39
Puntaje Eficiencia de la calidad de servicio al cliente	Correlación de Pearson	,689**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	39	39

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

CMAC AREQUIPA: *Relación entre la motivación como factor relevante en la eficiencia de la calidad de servicio*

Formulación de la Hipótesis estadística

H0: (p = 0): No existe relación entre la productividad como factores relevantes en la eficiencia de la calidad de servicio al cliente.

Ha: (p < 0): No existe relación entre la productividad como factores relevantes en la eficiencia de la calidad de servicio al cliente.

Definición del nivel de significancia, Alpha = 0.05 (5% de error de la prueba) ,r = 0.515

Definición del estadístico de prueba

$$T_{\text{calculado}} = r \sqrt{\frac{n - 2}{1 - r^2}}; \text{siendo } n - 2 \text{ g.l}$$

Cálculo del estadístico

$$T_{\text{calculado}} = 7.28$$

De forma análoga en cuadro resumen del análisis de correlación obtenido mediante el procesamiento con el software SPSS se aprecia un valor de significancia bilateral de 0,000399 e indica que la correlación es significativa a un nivel de error del 1% (0.01).

Tabla 14. Correlación entre productividad y Eficiencia en CMAC Arequipa

		Puntaje Eficiencia de la calidad de servicio al cliente	Puntaje de productividad
Puntaje Eficiencia de la calidad de servicio al cliente	Correlación de Pearson	1	,515**
	Sig. (bilateral)		,001
	N	39	39
Puntaje de productividad	Correlación de Pearson	,515**	1
	Sig. (bilateral)	,001	
	N	39	39

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

4. Conclusiones

La correlación encontrada en la relación entre la motivación y la eficiencia de la prestación de servicios de CMAC Cusco es de 0.824, lo que representa una fuerte correlación, con una relación de productividad a la eficiencia de la calidad del servicio al cliente de 0.727. También representa una fuerte correlación entre variables. Al igual que en la institución financiera Mi Banco, la correlación encontrada en la relación entre la motivación y la eficiencia de la calidad de servicio fue de 0,808, lo que indica una fuerte correlación entre la productividad y la eficiencia de la calidad de servicio a los clientes. También representa una fuerte correlación entre variables. Finalmente, para CMAC Arequipa, encontramos una correlación entre la motivación de CMAC Arequipa y la calidad del servicio. Esto es 0,689, lo que representa una correlación media y una relación entre la productividad y la eficiencia de la calidad. 0.515 servicio. Esta también es una correlación razonable entre las variables.

También se concluye que la motivación afecta la calidad del servicio al cliente en las instituciones financieras de la ciudad de Puno, se ha demostrado en los resultados en los coeficientes de disposición calculados para cada institución financiera. Entonces, en los coeficientes de determinación, el porcentaje de la calidad del servicio al cliente declarado por la motivación es del 67.9% para el CMAC CUSCO, 65.3% para la entidad financiera MIBANCO y el 47.5% para el CMAC AREQUIPA. Con respecto a la influencia de la aplicación de la productividad y la calidad del servicio, fue posible determinar cuál se explica la calidad del servicio al cliente un 52.9% para el CMAC CUSCO, 64.7% para la entidad financiera MIBANCO y 26, 5% a El CMAC AREQUIPA. Finalmente, dependiendo del último propósito y después de la evaluación del análisis de regresión paso a paso, concluyó que los factores relevantes que facilitan la efectividad de la calidad del servicio al cliente en las instituciones financieras de la Ciudad de Puno fueron la atención de la institución financiera. En la motivación para el desempeño productivo de sus servicios en la calidad del servicio, cuidando la imagen en el momento de los servicios a los clientes de la institución financiera, la capacitación en el trabajo realizó adecuadamente, el evento para el desarrollo profesional de los funcionarios, el reconocimiento. de la entidad con sus

trabajadores hace un buen trabajo y mejorando a cada funcionario en la calidad del servicio al cliente; Correspondiente a las preguntas 29, 13, 16 (motivación), 32,10 (calidad de servicio) y número 35 (productividad).

Bibliografía

- [1] V. Sánchez, «Glosario de términos sobre el medio ambiente,» México D.F., 1982.
- [2] A. C. Bernal, Metodología de la Investigación, 3a ed., Bogotá: Pearson Educación, 2010.
- [3] M. N. Namakforoosh, Metodología de la Investigación, México D.F.: Ed. Limusa, 2010.
- [4] G. R. Pino, Metodología de la Investigación, Lima, Perú: Editorial San Marcos, 2010.
- [5] www.monografias.com, «<http://www.monografias.com/trabajos38/factores-de-motivacion>,» enero 2017. [En línea].
- [6] R. F. C. C. y B. L. Hernandez Sampieri, Metodología de la Investigación., México. Mc. Craw Hill. , P. (2004).
- [7] R. Barnett Armebianchi, S. Bernuy Salazar, K. Cárdenas Serna y T. Loza Carrillo, Analisis de los factores motivacionales de los funcionarios del sector bancario peruano, Lima, 2012.
- [8] A. Ramírez Santos, «motivacion laboral,» *Ética en la Administración*, 2012.
- [9] J. Stoner, Administración, México: (6ª Edición), 1996.
- [10] D. Fischman , Motor Humano, Lima _Peru: Planeta, 2009.
- [11] I. Chiavenato, Administracion de Recursos humanod, Bogota Colombia: Mc Graw Hill Quinta edicion, 2000.
- [12] M. P. & T. C. Martín Cruz, «influencia de la motivacion intrinseca y extrinseca sobre la transmision de conocimiento CIRIEC,» *revista de economia publica, social y cooperativa*, p. 190, 2009.
- [13] D. Fischam y L. Matos, motivacion 360 grados, lima: planeta, 2014.
- [14] S. Robbins y J. T. Comportamiento organizacional., México.: San diego State !0 edicion, 1999.
- [15] J. Peiro, Psicología de la organizacion, España: Volumen 1 ,5Ta edicion, 1990.
- [16] V. Garcia, Motivacion laboral-Conyuntura economica, 2010.
- [17] H. Weihrich, Administracion de los nuevos tiempos, 2007.
- [18] S. Robbins y Coulter, Administracion, Mexico: Octava Edicion, 2005.
- [19] J. Rodriguez, «Motivacion,» 2001.
- [20] Koontz y Werhrich , 1999.
- [21] Solana, 1973.
- [22] H. Koontz y W. Heinz , Administracion de los Nuevos Tiempos, 2007.
- [23] Deming y Medina, 1989.
- [24] Horovitz, La Calidad del Servicio. A la Conquista del Cliente, 1990.
- [25] k. Harold y H. Weihrich, Administracion de los Nuevos Tiempos, 2007.
- [26] O. Torrecilla, Clima Organizacional y su relacion con la productividad laboral.
- [27] A. Reyes Ponce, Administracion de personal, Mexico: Editorial Limusa, 2004.
- [28] D. Yoder, Manejo de Personal y Relaciones Industriales, Mexico: Limusa, 2006.
- [29] L. Theodore, Comercializacion Creativa, Mexico: Editorial Continental S.A., 2005.
- [30] M. Tubon Punguil, El Servicio al cliente y su incidencia en el servicio al cliente, 2011.
- [31] Kotler y P. Philip, marketing, barcelona, 1998.
- [32] R. I. Larico Apaza, «Factores motivadores y su influencia en el desempeño laboral de los trabajadores de la Municipalidad Provincial de San Román,» Juliaca, 2014.
- [33] «la motivación laboral de los trabajadores incide en la satisfacion de los usuarios de la Universidad Nacional del Altpiano Puno,» Puno, 2013.
- [34] S. C. Yarahuaman, Gonzales, «Motivacion y Satisfaccion laboral del personal de las areas operativas de Hoteles de 4 y 5 estrellas de la ciudad de Puno,» Puno, 2014.

- [35] H. V. Carrasco Revilla, «Plan Estratégico de desarrollo empresarial para la productividad y rentabilidad de las Mypes del productoolacteo en la region puno,» Puno, 2014.
- [36] S. Bernuy Salazar, K. Cárdenas Serna, T. Loza Carrillo y R. Barnett Arnebianchi, «Análisis de los factores motivacionales de los funcionarios del sector bancario peruano,» Lima, 2012.
- [37] R. F. Fernandez Burgos, «Motivación Laboral de los Trabajadores como Causa de Satisfacción de los Usuarios de la Universidad Nacional del Altiplano - Período - 2013,» Editorial Universidad Nacional del Altiplano. Escuela de Post Grado. Maestría en Contabilidad y Administración, Puno, (2013).
- [38] S. C. Yarahuan G, «Motivación y Satisfacción laboral del personal de las áreas operativas de Hoteles de 4 y 5 estrellas de la ciudad de Puno,» Editorial Universidad Nacional del Altiplano. Escuela de Post Grado. Maestría en Contabilidad y Administración, Puno, 2014..
- [39] S. P. Robbins y T. A. Judge, Comportamiento organizacional., México.: San diego State !0 edicion, 2009.
- [40] I. Chiavenato, Administracion de Recursos Humanos, Bogota Colombia: Mc Graw Hill Quinta edicion, 2000.
- [41] D. Fischman, Motor Humano, Lima _Peru: Planeta, 2009.
- [42] V. Garcia, «Motivacion laboral,» *Conyuntura economica*, 2010.
- [43] H. Weihrich y H. Koontz, Elementos de la Administracion enfoque internacional e innovacion, Mexico: interamericana editores S.A., 2007.
- [44] S. Robbins y M. Coulter, Administracion, Mexico: Octava Edicion, 2005.
- [45] A. Maslow, motivacion y personalidad, Madrid España: ediciones Diaz de santos, 1991.
- [46] monografias.com, «factores-de-motivacion,» enero 2017. [En línea]. Available: <http://www.monografias.com/>.
- [47] H. Koontz y H. Werhrich, Administracion una perspectiva global, mexico: MC_Graw_Hill, 1998.
- [48] H. Koontz y W. Heinz , Administracion de los Nuevos Tiempos, mexico, 2007.
- [49] W. E. Deming, Calidad, Productividad y Competitividad, Madrid _España: Díaz de Santos, S. A., 1989.
- [50] J. Horovitz , La Calidad del Servicio. A la Conquista del Cliente, Madrid: McGraw-Hill Interamericana, 1990.
- [51] P. Kotler y G. Armstrong, marketing, Mexico: Editorial Mexicana., 2012.
- [52] I. Chiavenato, Comportamiento Organizacional, Mexico: Editorial Mexicana, 2009.
- [53] C. Consolación S. y O. Pons P., «La Motivacion: Factor Clave En El Rendimiento De Las Personas Y En El Resultado De Las Organizaciones,» IX Congreso de Ingeniería de Organización - Cataluña, Barcelona, 2005.
- [54] O. D. Torrecilla, «Clima Organizacional y su relacion con la Productividad Laboral,» *¿Por qué los valores son una ventaja competitiva? en serie Cuadernos, n° 136*, 2002.
- [55] M. E. Martínez de Ita , «El concepto de productividad en el análisis económico. Madrid. Universidad Complutense.,» *análisis económico-Madrid. Universidad Complutense.*, 2006.
- [56] M. Tubon Punguil, «Tesis"El Servicio al cliente y su incidencia en el servicio al cliente",» Universidad Tecnica de Ambato, Ecuador, 2011.