

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**FACTORES MOTIVADORES DEL DESEMPEÑO LABORAL Y SU
RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE RENIEC
AGENCIA SANTA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE EN EL PRIMER
TRIMESTRE DEL AÑO 2017**

**Tesis para obtener el título profesional de Licenciado en
Administración**

AUTORES:

Br. Carlos Alberto Rivera Seijas

Br. César Alberto Sotero Vásquez

ASESORA:

Dra. Margot Herbias Figueredo

TRUJILLO - PERÚ
2017

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento de las normas establecidas por el Reglamento de Grados y Títulos de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Privada “Antenor Orrego”, y con el fin de obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración, presentamos ante Ustedes la Tesis titulada “**FACTORES MOTIVADORES DEL DESEMPEÑO LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE RENIEC AGENCIA SANTA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO 2017**”, la misma que sometemos a vuestra consideración para el análisis y estudio correspondiente. El desarrollo de este trabajo es el resultado de la aplicación de los conocimientos adquiridos durante nuestra formación profesional de la consulta de fuentes bibliográficas y del análisis teórico – práctico del tema propuesto.

Los Autores.

AGRADECIMIENTOS

A Dios y a nuestras familias por ser nuestra mayor fortaleza.

A nuestros distinguidos docentes, por las experiencias y/o enseñanzas compartidas en nuestra formación profesional

A nuestros compañeros de estudios y colaboradores de la RENIEC agencia Santa del distrito de Chimbote, por el apoyo brindado con la información y documentación solicitada para el desarrollo de la presente tesis.

DEDICATORIAS

A Dios, por habernos permitido llegar hasta esta etapa de nuestra vida y habernos dado salud para lograr nuestros objetivos, además de su bondad y amor.

A nuestros padres: por el apoyo en todo momento, sus consejos, y sus valores que nos han permitido encaminarnos por la senda del bien.

A nuestros hermanos: por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracterizan como hermanos mayores.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general establecer la relación entre los factores motivacionales de desempeño y la satisfacción de los usuarios de RENIEC agencia Santa del distrito de Chimbote en el primer trimestre del año 2017. Para el efecto se formula la siguiente interrogante de investigación: ¿Existe relación entre los factores motivadores del desempeño laboral y la satisfacción de los usuarios de RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote en el primer trimestre del año 2017?, siendo la hipótesis: Que si existe relación significativa entre estas variables. La población estudiada estuvo conformada por dos grupos diferenciados, N1, 25 trabajadores de la RENIEC y N2, 840 usuarios, promedio de los reportes de atención mensual en la Agencia, por tal motivo se estableció dos muestras la primera conformada por el total de los trabajadores de la Agencia y la segunda por 264 usuarios. Para lograr el objetivo se desarrolló una investigación de nivel descriptivo no experimental con un diseño descriptivo correlacional de corte transversal. Para la recolección de datos se utilizó como técnica la encuesta, utilizando como instrumento el cuestionario. Los datos fueron analizados mediante la estadística descriptiva utilizando la frecuencia porcentual y las tablas de contingencia, utilizando como herramienta estadística el software SPSS V22. El resultado de la investigación reporta un comportamiento totalmente independiente de las variables, no existiendo relación alguna, lo cual se evidencia con el índice de Pearson de 0.090, por lo que se rechaza la hipótesis de investigación con una significancia bilateral p de 0.669

Palabra clave: Factores motivacionales, satisfacción de los usuarios

ABSTRACT

The present research has as general objective to establish the relationship between the motivational factors of performance and the satisfaction of the users of RENIEC Santa agency of the district of Chimbote in the first quarter of the year 2017. For the effect the following inquiry question is formulated: There is a relation between the motivating factors of the work performance and the satisfaction of the users of RENIEC Agencies Santa of the District of Chimbote in the first quarter of 2017 ?, being the hypothesis: That if there is a significant relation between these variables. The study population consisted of two distinct groups, N1, 25 workers from RENIEC and N2, 840 users, average of reports of monthly care in the Agency, for that reason was established two samples the first conformed by the total workers Of the Agency and the second by 264 users, to achieve the objective was developed a non-experimental descriptive level research with a cross-sectional descriptive correlational design with quantitative approach. For data collection, the survey was used as a technique, using the questionnaire as an instrument. Data were analyzed using descriptive statistics using percentage frequency and contingency tables, using SPSS software V22 as a statistical tool. The result of the investigation reports a totally independent behavior of the variables, with no relation whatsoever, which is evidenced by Rho de Pearson of 0.090, so that the research hypothesis with a bilateral p-significance of 0.669

Key word: motivational factors, quality of service

ÍNDICE

FACTORES MOTIVADORES DEL DESEMPEÑO LABORAL Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE RENIEC AGENCIA SANTA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE EN EL PRIMER TRIMESTRE DEL AÑO 2017

ÍNDICE

	Pág.
Carátula	
Presentación.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Dedicatorias.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Índice.....	vii
Lista de cuadros y tablas.....	ix
Lista de gráficos y figuras.....	xi
I. INTRODUCCIÓN	
1.1. Formulación Del Problema.....	12
1.1.1. Realidad Problemática.....	12
1.1.2. Enunciado del problema.....	15
1.1.3. Antecedentes del problema.....	15
1.1.4. Justificación.....	20
1.2. Hipótesis.....	21
1.3. Objetivos.....	22
1.4. Marco Teórico.....	23
1.5. Marco conceptual.....	33
II. MATERIAL Y PROCEDIMIENTOS	
2.1 Material.....	35
2.1.1. Población.....	35

2.1.2. Marco de muestreo.....	35
2.1.3. Unidad de análisis.....	36
2.1.4. Muestra.....	36
2.1.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37
2.2. Procedimientos.....	40
2.2.1. Diseño de contrastación.....	40
2.2.2. Análisis de variables.....	41
2.2.3. Procesamiento y análisis de datos.....	43
III. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	
3.1. Presentación de resultados.....	44
3.2. Discusión de resultados.....	54
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
4.1. Conclusiones.....	58
4.2. Recomendaciones.....	60
V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	62
VI. ANEXOS.....	65

LISTA DE TABLAS

TABLA 1: FIABILIDAD DE LA VARIABLE FACTORES MOTIVACIONALES DEL DESEMPEÑO.....	37
TABLA 2: FIABILIDAD DE LA VARIABLE SATISFACCIÓN DEL USUARIO.....	38
TABLA 3: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	40
TABLA 4: EVALUACIÓN DE LOS FACTORES EXTRÍNSECOS MOTIVACIONALES DEL DESEMPEÑO.....	44
TABLA 5: EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTRÍNSECOS DEL DESEMPEÑO.....	45
TABLA 6: EVALUACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL USUARIO.....	46
TABLA 7: FACTORES MOTIVACIONALES DE DESEMPEÑO Y SATISFACCIÓN DE LA TANGIBILIDAD.....	47
TABLA 8: FACTORES MOTIVACIONALES DE DESEMPEÑO Y SATISFACCIÓN DE LA CONFIABILIDAD.....	48
TABLA 9: FACTORES MOTIVACIONALES DE DESEMPEÑO Y SATISFACCIÓN DE LA CAPACIDAD DE RESPUESTA.....	49
TABLA 10: FACTORES MOTIVACIONALES DE DESEMPEÑO Y SATISFACCIÓN DE GARANTÍA EN EL SERVICIO.....	50
TABLA 11: FACTORES MOTIVACIONALES DE DESEMPEÑO Y SATISFACCIÓN DE EMPATÍA EN EL SERVICIO.....	51
TABLA 12: FACTORES MOTIVACIONALES DE DESEMPEÑO Y SATISFACCIÓN DEL USUARIO.....	52
TABLA 13: VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS PRIMERA VARIABLE: FACTORES MOTIVACIONALES.....	67
TABLA 14: VALIDACIÓN POR JUICIO DE EXPERTOS SEGUNDA VARIABLE: SATISFACCIÓN DEL USUARIO.....	68

TABLA 15: EXPERTOS DE VALIDACIÓN DE LOS CUESTIONARIOS.....69

LISTA DE GRÁFICOS Y FIGURAS

GRÁFICA 3.1. LOS FACTORES MOTIVACIONALES EXTRÍNSECOS DEL DESEMPEÑO EN LOS COLABORADORES DE LA RENIEC – AGENCIA SANTA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE AL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2017.....	43
GRÁFICA 3.2. LOS FACTORES MOTIVACIONALES INTRÍNSECOS DEL DESEMPEÑO EN LOS COLABORADORES DE LA RENIEC – AGENCIA SANTA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE AL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2017.....	44
GRÁFICA 3.3. LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LA RENIRC – AGENCIA SANTA DEL DISTRITO DE CHIMBOTE AL PRIMER SEMESTRE DEL AÑO 2017.....	45

I. INTRODUCCIÓN

La motivación laboral es uno de los factores, dentro de las estrategias de gestión del talento humano, que las empresas vienen desarrollando con la finalidad de optimizar el beneficio/costo que les permita ofrecer un producto o servicio de calidad.

La motivación de las personas, el incentivo de cualquier tipo, el reconocimiento en el trabajo son componentes esenciales que contribuyen a conseguir el éxito empresarial, de tal manera que de esos factores depende en gran medida la consecución de los objetivos de toda organización. Ramírez et al. (2008)

No obstante a pesar de ser estos factores, aspectos bastante conocidos, se evidencia que todavía en muchos sectores de actividad no se ha tomado en cuenta su importancia y se sigue practicando una gestión que no tiene en cuenta el factor humano limitándose a identificar los objetivos organizacionales difíciles de realizar y manteniendo políticas de crecimiento basadas en el corto plazo.

Uno de los elementos a tener en cuenta, para motivar es la comunicación y el diálogo con el trabajador. Muchas organizaciones se preocupan de implementar programas de mejora, encuestas de clima y ventajas para las personas que trabajan en ella, sin embargo sus resultados no se saben transmitir adecuadamente y pierden su eficacia porque no tienen repercusión. López, (2011)

Frente a esta situación las decisiones de la dirección o gerencia es clave para liderar el proyecto organizacional y transmitir a los empleados su implicación en el mismo. Por eso algunas empresas u organizaciones a través de sus departamentos de recursos humanos ofrecen herramientas como portales de formación o sitios específicos de Recursos Humanos para facilitar la comunicación. Alcalá, (2012)

La motivación de los grupos de trabajo se puede hacer de dentro a fuera, cuando las personas encuentran su motor de desarrollo a través de las características intrínsecas del trabajo. Y de fuera hacia dentro, cuando las personas están fundamentalmente guiadas por factores como premios, castigos, mediciones de logro y cumplimiento de objetivos. Alles, (2007)

En este contexto se ha identificado para la presente investigación, la Agencia Santa - del distrito de Chimbote del RENIEC, comprendiéndose a los colaboradores y sus correspondientes usuarios como objeto de estudio con el propósito de establecer la relación entre los factores motivacionales del desempeño y la satisfacción de los usuarios en el primer trimestre del año 2017.

De manera hipotética se estableció preliminarmente que no existe relación alguna entre ambas variables propuestas. Para comprobar esta aseveración se desarrolló el método observacional mediante un diseño simple correlacional utilizando como instrumento de recojo de datos sendos cuestionarios de preguntas tipo encuestas, las mismas que fueron aplicadas al integro de los colaboradores de la Agencia y a una muestra representativa de los usuarios del servicio ofertado, lo que ha permitido obtener los resultados que se exponen en el presente informe de investigación.

1.1. Formulación Del Problema

1.1.1. Realidad Problemática:

La motivación laboral es una herramienta muy útil a la hora de aumentar el desempeño de los empleados ya que proporciona la posibilidad de incentivarlos a que lleven a cabo sus actividades y que además las hagan con gusto lo cual proporciona un alto rendimiento de parte de la organización o empresa.

En la misma óptica las organizaciones encauzan sus mayores esfuerzos en satisfacer al cliente externo, llamado también usuario, sobre todos los demás aspectos institucionales, dejando de lado, muchas veces, las necesidades de uno de los clientes más importantes, “el interno” o “colaborador”. Estos al igual que cualquier otro cliente, presenta necesidades y compensa con su esfuerzo la satisfacción de estas. El cliente interno, es decir los trabajadores, requieren de una motivación constante para su mejor y óptimo desempeño.

El Registro Nacional de Identificación y Estado Civil (RENIEC) es una organización gubernamental encargada de la identificación y actos registrales de todos los peruanos residentes en el país y en el extranjero, fue creado mediante la Ley N° 264971 del 12 de julio de 1995. La función de la RENIEC es otorgar el documento de identidad (DNI), este documento de identidad

permite a todo ciudadano podrá emitir su voto en las elecciones y a la vez ser identificado; cuenta con 222 agencias a nivel nacional y 51 Oficinas Registrales. También se cuenta con 91 Oficinas Registrales Auxiliares para el registro de los nacimientos y defunciones que funcionan en Hospital. La Agencia Santa del Distrito de Chimbote se halla ubicada en el Jr. Ladislao Espinar 401, cuenta con 25 colaboradores y viene cumpliendo con las metas programadas a nivel nacional, sin embargo, de manera diagnóstica, se ha observado que existe una insatisfacción, preocupante, por parte del usuario, que se traduce en sus constantes reclamos, especialmente por el tiempo de espera en la atención, la falta de empatía por parte del personal, por la incomodidad de los ambientes en los que se les brinda la atención y por la falta de respuestas oportunas a sus demandas. Esta situación de precariedad en la satisfacción del usuario, puede deberse entre otras causas, a la falta de estrategias de los factores intrínsecos y extrínsecos motivacionales de sus colaboradores.

Brazzolotto (2012) menciona que el desempeño de un colaborador está determinado por diversos factores entre los que considera los salarios, bonificaciones y demás beneficios e incentivos que la organización debe brindar, todo esto genera que el colaborador, además de tener una remuneración fija, cuente con otras opciones, las que de cierta forma inciden en su rendimiento y desempeño en la organización.

En este sentido la motivación y el desempeño, siempre van de la mano, se relacionan mutuamente; lograr la motivación de los trabajadores no es una labor sencilla, sin embargo, el proceso es muy enriquecedor, puesto que con el transcurrir del tiempo se va aprendiendo y conociendo a profundidad a los recursos, de este modo brindado una fortaleza adicional a la organización.

Por otro lado, la calidad de servicio se fundamenta básicamente en poder satisfacer a los clientes o usuarios; la gran interrogante será, qué deben hacer las organizaciones para poder satisfacerlos. La forma más significativa o de mayor relevancia para poder satisfacer es la de poder cumplir con sus expectativas o requerimientos; esto va a depender únicamente de toda la organización, pero el papel más importante lo cumplen los colaboradores. En

otras palabras, el éxito o fracaso de las organizaciones se debe a su excelente o deficiente servicio que brindan.

En la actualidad, la gran mayoría de las organizaciones peruanas tienen diversos problemas con este tema, ya que no le dan la debida importancia que esta requiere, son diferentes los motivos que con lleva a dejarlo de lado; uno de los principales es el miedo al cambio que les pueda generar o en otros casos desconocen del tema. El Centro Nacional de Planeamiento Estratégico (CEPLAN) en acción conjunta con las principales autoridades del estado y de gobierno analizaron los temas de mejora de gestión pública, lo cual trajo consigo la propuesta de reforma del estado y el fortalecimiento de instituciones públicas; pero los resultados obtenidos no son los deseados o simplemente están por debajo del índice de mejora.

Un examen diagnostico ha permitido observar que en la RENIEC – Agencia Santa del distrito de Chimbote no se evidencia la existencia de un plan motivacional en ejercicio, las actividades conducentes al servicio ofertado se realizan por rutina y por voluntad de los trabajadores, probablemente orientados por la necesidad de la remuneración que perciben, la oportunidad de poder tener un trabajo o el reconocimiento social por ser empelado de una organización estatal, así mismo los trabajadores muestran, de cierta manera, estar contentos con la autoconfianza que han adquirido, el sentido de crecimiento en el aspecto personal y la ética mostrada por la organización, factores que determina el desempeño laboral que se traduce en el cumplimiento de la función del organismo gubernamental al que pertenecen y cuya evaluación se realiza de manera frágil por parte del jefe inmediato superior en base al cumplimiento de la jornada de trabajo.

Una posible causa de esta insatisfacción del cliente o usuario se deba, probablemente, a que en las instituciones públicas cada vez dan menos importancia a sus trabajadores; lo cual repercute en la forma como ellos se desenvuelven en sus actividades, en como brindan su trabajo al usuario; en la forma como se desempeñan de manera eficiente o simplemente por cumplir sus obligaciones u horas de trabajo. Esta sería una de las explicaciones por la cual

los usuarios de las organizaciones públicas responden de forma negativa al servicio brindado.

En este sentido, la presente investigación se ha orientado a evaluar la motivación en función de los factores intrínsecos y extrínsecos que son motivadores del desempeño laboral y su relación con la satisfacción de los usuarios de RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote en el primer trimestre del año 2017.

1.1.2. Enunciado del problema

¿Existe relación entre los factores motivadores del desempeño laboral y la satisfacción de los usuarios de RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote en el primer trimestre del año 2017?

1.1.3. Antecedentes del problema

La revisión de la literatura especializada ha permitido identificar reportes relacionados con la presente investigación tanto a nivel internacional como a nivel nacional o local, en estos se presentan resultados muy similares a los encontrados. Sin embargo se tomó en cuenta investigaciones realizadas en México, Guatemala y Ecuador por ser de fechas recientes. Se han fundamentado y confrontado diferentes teorías de la motivación y la calidad del servicio, se ha utilizado el diseño descriptivo correlacional, las mismas herramientas informáticas para el tratamiento estadístico de los datos, porque reflejan resultados con características similares del servicio brindado al propuesto en la presente investigación y por tener usuarios con similar personalidad con respecto a la actitud frente a la calidad de un servicio público. Entre estos trabajos se mencionan:

A NIVEL INTERNACIONAL

Requena y Serrano (2007), en su investigación titulada “Calidad de Servicio desde la Perspectiva de Clientes, Usuarios y Auto-Percepción de Empresas de Captación de Talento” – Caracas, Venezuela, a fin de obtener el título de licenciado en ciencias económicas y sociales, establece el objetivo general de

identificar la calidad de servicio con base al punto de vista del cliente, los usuarios del proceso y la auto-percepción de las empresas encargadas de captar el personal. Para lograr esa finalidad sustenta sus ideas en los postulados de Zeithaml, Parasuraman y Berry en el modelo SERVQUAL. El marco metodológico fue de nivel descriptivo y de diseño no experimental de corte transaccional. Se aplicó un cuestionario bajo la técnica de encuestas a una muestra de 30 clientes de la empresa. Se llegó a la conclusión de que en las empresas de captación de talento existe una buena calidad del servicio al 100% de los encuestados y que las dimensiones de mayor preponderancia se representan en el siguiente orden: empatía (calificación del 100% muy bueno), capacidad de respuesta (calificación del 80% muy bueno), seguridad (calificación del 80% muy bueno), elementos tangibles (calificación del 60% muy bueno) y fiabilidad (calificación del 40% muy bueno).

La contribución de la investigación de Requena y Serrano es de orden teórico, puesto que, permite inferir que para evaluar la calidad del servicio de las empresas EQUAS S.A. y ECOLAB S.R.L. desde la perspectiva de los clientes es necesario recurrir a la descripción de la calidad del servicio en función al modelo SERVQUAL propuesto por Parasuraman, Zeithaml y Berry.

Castro J. (2007) en su tesis “El impacto de la motivación en la rotación de personal caso: secretaria de desarrollo urbano y obras públicas en el estado de Querétaro - Mexico” tiene como objetivo identificar los factores que motivan a los trabajadores de la secretaria del desarrollo urbano y obras públicas para cambiar de empleo. Esta investigación es de tipo correlacional descriptiva. Las teorías que sustentan a este trabajo de investigación son las de Chrudeny Sherman (1995) para la variable motivación, por otro lado se cita a Hernández (2006) para la variable rotación de personal. En este trabajo se llegó a la conclusión de que la motivación es un factor determinante de la rotación de personal dentro de la secretaria de desarrollo urbano y obras públicas, por lo tanto los factores motivacionales deben ser resueltos por la empresa para que el trabajador se mantenga y perdure en el tiempo.

Su resultado fue que el 53% de la muestra ha pensado alguna vez en dejar de trabajar en SDUOP, el 67% indica que sienten poca motivación y que la causa es la falta de organización y en segundo lugar la clase de contratación, ya que el 68% de los trabajadores trabajan bajo recibos por honorarios, por otro lado los trabajadores indican que el principal motivo es la falta de superación personal y en segundo lugar por obtener mejores ingresos económicos.

Se tomó en cuenta el trabajo anterior debido a que se identifica el grado de importancia de la motivación para la reducción de la rotación de personal en la empresa, al mismo tiempo se concluyó en que el factor humano es lo más importante para toda organización, por lo tanto debemos tener en claro que motivar y mantener al trabajador es beneficioso para la empresa.

Vargas, A. (2011) en su tesis titulada "El desempeño laboral y su incidencia en la calidad del servicio de la empresa de capacitación comunal SAFE DRIVE de la ciudad de Ambato", realizada en la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Técnica de Ambato en Ecuador, para obtener el título de Licenciado Ingeniera de Empresas; menciona que el objetivo fue determinar el desempeño laboral y su incidencia en la calidad de servicio, para el efecto realizó una investigación de tipo descriptiva correlacional y de campo y de diseño no experimental. Resaltar que validó la teoría de Parasuraman, Zeithaml y Berry sobre la calidad de servicio. En cuanto a la población se tomó tanto para los clientes internos y externos con un total de 350 personas, se usó la herramienta de la encuesta, que permitió obtener información acertada de problemas que se presentaba en la empresa, cuyo cuestionario se sometió a validación de expertos y confiabilidad a través del Coeficiente Alpha de Cronbach, dando como resultado un alto porcentaje de 0.751 en la variable de desempeño laboral por ende es confiable, en cuanto a la calidad prestada a los estudiantes por influencia de colaboradores resulto con una confiabilidad de 0.830, lo que implica que ambas variables tienen un nivel de confiabilidad alto. Además de también utilizar Pearson para hallar la correlación entre las variables, y su resultado fue de 0.589, además uno de sus resultados nos dice

que el 89.6% de los encuestados opinan que la empresa debería preocuparse en el grado de capacitación para que el trabajador mejore su desempeño laboral, por otro lado se tuvo como conclusión que había presencia de desmotivación, estrés y falta de capacitación, lo cual influye directamente en la calidad de servicio, por ello se precisa establecer un plan de capacitación para mejorar el cumplimiento de las funciones de trabajo y así la calidad de servicio.

Concluyendo así que es preciso elaborar un plan de capacitación que cumpla con las necesidades y exigencias de los empleados y con esto mejorar el cumplimiento de sus funciones de trabajo, y a su vez la calidad del servicio que oferta la empresa y de esta manera evitar que la competencia tenga ventaja competitiva y por ende que “SAFE DRIVE” cumpla con sus objetivos y expectativas.

El aporte de esta investigación fue que se utilizaron las mismas teorías para las variables, al igual que el tipo de investigación y diseño son descriptiva correlacional y no experimental respectivamente.

A NIVEL NACIONAL

Seminario, (2014) en su tesis titulada “Desempeño laboral y Calidad de servicio en la oficina registral Lima del Reniec 2014” para obtener el grado de licenciado en administración en la Universidad Cesar Vallejo, cuyo objetivo principal fue determinar la relación que existe entre el desempeño laboral y la calidad de servicio, la investigación es de naturaleza cuantitativa con un diseño no experimental de corte transversal, la metodología utilizada es descriptiva y el tipo de estudio es aplicado descriptivo correlacional, lo cual usaron como teorías base a Ramírez 2013, Chiavenato 2009, Gronroos 1984, Galvis entre otros. Para la investigación, las técnicas empleadas fueron la encuesta, la bibliografía y la estadística, en cuanto a los instrumentos utilizados fueron dos cuestionarios de tipo Likert con 15 preguntas por cada variable, previamente sometido a validación de expertos, Alfa de Cronbach con un resultado de 0.904 para la primera variable y un 0.902 para la segunda variable, cabe resaltar entre los resultados más sobresalientes fue el de Rho Spearman que se apreció un valor calculado de $p=0.000$ a un nivel significativo de 0.01 bilateral y un nivel de

relación de 0.624 lo cual indica que la correlación fue positiva y de rango entre moderado y fuerte, por lo cual se concluye que si hay relación entre el desempeño laboral y calidad de servicio.

El antecedente consignando tiene relación con la investigación que se desarrolla ya que evalúa la correlación de las variables desempeño laboral y calidad de servicio, cuyo resultado en el análisis de Alfa de Crombach fue de 0.904 para la primera variable y 0.902 para la segunda variable, lo cual incrementa la confiabilidad del estudio ya que se obtuvieron en este antecedente resultados favorables para el correcto desarrollo de la investigación.

Por otra parte Sarango, M (2013) en su tesis titulada “Calidad de servicio y desempeño del personal de la subgerencia de transporte del Ministerio público de Lima” para obtener el grado de Licenciado en administración en la Universidad Cesar Vallejo, cuyo objetivo principal fue determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y desempeño del personal de la Subgerencia de Transporte del Ministerio público de Lima, la cual se fundamentó con teorías de Miranda & Chamorro & Rubio (2012), Gosso, F (2008), Deming (2004), Horovitz (2006) entre otros, para cada una de las variables, el tipo de investigación fue descriptiva correlacional, ya que está interesada en la determinación del grado de relación existente entre las dos variables, con un diseño no experimental de corte transversal. La población estaba conformada por 206 colaboradores para lo cual se trabajó con un muestreo probabilístico aleatorio simple y cuyo resultado de la muestra fue de 134 colaboradores a los cuales se les aplico como técnica de recolección de datos la encuesta para ambas variables y el cuestionario Likert, el cual fue sometido a validación de expertos y confiabilidad a través del Coeficiente Alpha de Cronbach teniendo un resultado de 0.89 para la primera variable y 0.90 para la segunda, en cuanto al análisis de Pearson se obtuvo un resultado de 0.753 lo cual también nos indica que si están correlacionadas las variables en este estudio, estos resultados se obtuvieron del software estadístico Spss en su versión 21.0 y para la contratación de las hipótesis se utilizó la prueba de chi

cuadrado, que obtuvo resultados favorables que determinan que también reafirma que hay relación significativa entre las dos variables en estudio.

La referencia mencionada, no solo busca hallar la relación entre las dos variables en estudio si no también se sostienen con teorías relacionadas a autores principales elegidas en la investigación a desarrollar, al igual que el tipo de investigación y diseño son descriptiva correlacional y no experimental respectivamente, además que en el estudio se realizó una contrastación de hipótesis que va de acuerdo al análisis cuyos resultados fueron favorables, lo cual también en gran manera es un aporte que ayuda a enriquecer el contenido de la investigación.

1.1.4. Justificación

La justificación teórica:

Desde el punto de vista teórico la investigación realizada permitió conocer cómo se relacionan los factores motivadores del desempeño con la satisfacción del usuario en RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote en el primer trimestre del año 2017. Para el efecto se validaron las teorías propuestas por Herzberg, citado por Prieto, A. y Hernández, C. (2013) y Cronin y Taylor (1992), constituyendo las bases teóricas de la investigación. El demostrar la relación es importante para la ciencia pues evidenciará como de manera práctica los conceptos teóricos respecto de la motivación y la satisfacción de un servicio recibido pueden acoplarse en el desarrollo organizacional de instituciones públicas

La justificación práctica

Los resultados obtenidos permitieron proponer elementos para la toma de decisiones a nivel de gerencia en las organizaciones, En el acápite final del informe de la investigación se brindan recomendaciones que podrán ser utilizadas para crear estrategias con el fin de mejorar o solucionar los problemas que presenta RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote, vinculados con el desempeño laboral en instituciones públicas

La justificación metodológica

Metodológicamente, la investigación es útil porque en ella se mide el nivel de relación que tienen los factores motivacionales del desempeño y la satisfacción de los usuarios, en la realización de este trabajo de investigación se utilizan con mucho fundamento los pasos de la metodología científica en general, se validaron técnicas de investigación como la encuesta y a utilización del cuestionario como instrumento, que ayudaron a recolectar información que luego fue procesada utilizando el programa SPSS V22, lo que permitió obtener los resultados que han posibilitado formular la respuesta al problema de investigación

La justificación social

La investigación que se informa es de gran utilidad social pues sus resultados permiten gestionar una correcta gestión de los factores motivacionales en los trabajadores y por lo tanto cumplir con las expectativas de los usuarios, además un aspecto importante es que los resultados brindan un aporte de solución para los problemas que se presentan en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote; y como consecuencia redundaran de manera provechosa en los usuarios, ya que serán beneficiados con una atención de calidad. Los resultados de la investigación son de mucha utilidad para otras organizaciones gubernamentales que presenten este tipo de problemas, además se buscara frenar el alto índice de negatividad que existe en la población respecto a la atención que recibe por parte de las organizaciones del estado

1.2. Hipótesis

Hipótesis nula:

No existe relación significativa entre los factores motivacionales intrínsecos y extrínsecos del desempeño y la satisfacción de los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote en el primer trimestre del año 2017.

Hipótesis alternativa:

Existe relación significativa entre los factores intrínsecos y extrínsecos motivacionales del desempeño y la satisfacción de los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote en el primer trimestre del año 2017.

1.3. Objetivos**Objetivo General:**

Establecer la relación entre los factores motivacionales intrínsecos y extrínsecos del desempeño y la satisfacción de los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote en el primer trimestre del año 2017.

Objetivos específicos:

1. Determinar la relación entre los factores intrínsecos y extrínsecos motivacionales del desempeño y la satisfacción con relación a la tangibilidad, en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote.
2. Identificar la relación entre los factores intrínsecos y extrínsecos motivacionales del desempeño y la satisfacción con relación a la confiabilidad en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote.
3. Valorar la relación entre los factores intrínsecos y extrínsecos motivacionales del desempeño y la satisfacción con relación a la capacidad de respuesta en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote.
4. Conocer la relación entre los factores intrínsecos y extrínsecos motivacionales del desempeño y la satisfacción con relación a la garantía del servicio en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote.

5. Conocer la relación entre los factores intrínsecos y extrínsecos motivacionales del desempeño y la satisfacción con relación a la empatía en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote.

1.4. Marco Teórico

Los factores motivacionales del desempeño es una variable que se enmarca dentro de la gestión de los recursos humanos. La gestión de los recursos humanos comprende la planificación, ejecución y supervisión de la fuerza laboral de la organización. Otra manera de considerar los recursos humanos de la organización es en términos de “capital humano”, expresión que se refiere a los conocimientos y las aptitudes de la fuerza de trabajo. Puede verse claramente que los recursos humanos de toda organización constituyen su activo más valioso. En opinión de muchos ejecutivos de alto nivel, los empleados son la fuente clave de la ventaja competitiva de una organización. (Brown y Kraft, 1998; Chilton, 1994).

Planificación en la gestión de los recursos humanos

Para Cockerill, Hunt y Schroder (1995), la planificación de los recursos humanos comprende programar las necesidades de recursos humanos de la organización y establecer los pasos necesarios para satisfacer esas necesidades. Esta planificación es el primer paso de toda gestión efectiva de los recursos humanos. La planificación de los recursos humanos debe estar estrechamente vinculada con los objetivos estratégicos y la misión de la organización. Aun en regiones del mundo donde existe una fuerza de trabajo abundante y bien instruido, dicha planificación es un desafío porque las necesidades de la organización están cambiando constantemente y a veces no convergen.

Dotación de recursos humanos

Mc Nerney, (1995) señala que dotar de personal a una organización significa buscar, seleccionar y orientar a personas que tengan el grado apropiado de conocimientos, aptitudes, comportamientos y valores para satisfacer las necesidades de la organización, la dotación de personal también implica responder

a las tendencias de la fuerza laboral y ayudar a las personas a ajustarse al entorno en el cual funciona la organización, la capacidad de dotación de personal se relaciona con la habilidad de una organización para identificar los tipos de recursos humanos que necesita para tener un buen desempeño.

Desarrollo de los recursos humanos

La formación de las aptitudes, los conocimientos y las actitudes de los recursos humanos se está volviendo cada vez más una parte importante de la labor de una organización. En un período de cambio rápido, el personal de una organización necesita adaptarse a condiciones cambiantes (Bennett, 1993).

Desarrollar los recursos humanos en una organización significa mejorar el desempeño del empleado mediante el aumento o el mejoramiento de sus aptitudes, conocimientos y actitudes.

Esto permite que la organización elimine o impida deficiencias en el desempeño, hace que los empleados sean más flexibles y adaptables, y aumenta el compromiso del personal con la organización. El desarrollo de recursos humanos puede adoptar varias formas, como capacitación para el empleo, capacitación para la función dentro de la organización o capacitación para una carrera. Esto puede incluir desarrollo de carrera, planificación de la sucesión o actividades de desarrollo organizacional. Un aspecto importante del sistema de desarrollo de recursos humanos es el hecho de contar con las aptitudes adecuadas de las personas en el momento oportuno.

1.4.1. LOS FACTORES MOTIVACIONALES DE DESEMPEÑO

Los factores motivacionales del desempeño, están relacionados con los componentes, dimensiones o categorías establecidas en las diferentes teorías desarrolladas para explicar la motivación como principio determinante del desempeño laboral. Con la finalidad de dar respuesta a la pregunta de investigación formulada en la presente investigación se revisaran algunas de las principales teorías sobre la motivación.

1.4.1.1. Los factores motivacionales de Herzberg (1968)

Mientras que Maslow intenta demostrar que la motivación de las personas se establece de forma jerárquica a través de la satisfacción de las necesidades, los estudios realizados por Herzberg, reconocidos ampliamente como la Teoría de los dos Factores, establece que la presencia de una condición puede hacer sentir bien a las personas, pero que la ausencia de esa misma condición no las hace sentir mal, es decir, su ausencia les causa indiferencia mas no así su presencia, por lo que Herzberg dedujo que los motivadores producen satisfacción, pero que su ausencia no se traduce necesariamente en insatisfacción (Ivancevich, 1997).

Después de haber llevado a cabo sus estudios mediante entrevistas a muchos trabajadores, Herzberg descubrió que las características del trabajo asociadas a la insatisfacción eran bastante diferentes de las que estaban relacionadas con la satisfacción, de tal forma que concluyó que hay dos tipos de factores que afectan a la motivación y a la satisfacción del trabajador, y los denominó factores de higiene y factores motivadores, y que existe un punto neutral en donde los trabajadores no están satisfechos ni insatisfechos (Daft, 2006).

Esta teoría también conocida como la de los dos factores: motivación e higiene, o llamados también intrínsecos y extrínsecos, según (Prieto, A. y Hernández, C., 2013, menciona que “los factores intrínsecos, se relacionan con el contenido del cargo y con la naturaleza de las tareas que la persona ejecuta” (p. 77).

En tanto que los factores higiénicos o extrínsecos que menciona Herzberg, son aquellos que están relacionados con el ambiente que rodea al trabajador, y comprende el sueldo, los beneficios sociales, el tipo de jefatura o supervisión, las condiciones físicas y el ambiente de trabajo, políticas, etc.

“Herzberg en su teoría de los dos factores, alarga la lista, clasificándolos en factores de insatisfacción y de satisfacción. Dentro de los factores de insatisfacción incluye: salario, seguridad en el trabajo, condiciones sociales, procedimientos de la compañía, calidad de las relaciones interpersonales entre compañeros; con supervisores y subordinados. Considera como factores de satisfacción: logro, reconocimiento, responsabilidad, progreso, el trabajo mismo y la posibilidad de crecimiento. Estos motivadores se relacionan directamente con la naturaleza del trabajo o la tarea. Cuando están presentes, contribuyen a la satisfacción”. (Prieto, A. y Hernández, C. (2013).

Es necesario tener en cuenta lo expresado por (Rubio, 2009), quién menciona que Herzberg identificó dos factores que tienen una alta incidencia motivacional con la organización. A estos los consideró, como ya se enunció, como Higiénicos o Extrínsecos y Motivadores o Intrínsecos. El primer factor se puede considerar como el contexto o ámbito del trabajo, en general es el ambiente que rodea a la persona y cómo desempeña su labor; estas condiciones están fuera del control de las personas. Entre ellos se puede destacar los principales indicadores extrínsecos: remuneración, promoción interna, capacitaciones, reconocimiento, progreso, oportunidad de trabajo y ambiente, menciona que los factores higiénicos sólo fueron tomados en cuenta en la motivación de la persona (colaborador), es por ello que a las personas que trabajan más se les puede premiar o incentivar salarialmente. Según Herzberg si los factores higiénicos son legibles evita la mala satisfacción de los colaboradores y si son pésimos provocan la insatisfacción de los colaboradores.

El segundo factor, los motivacionales, se relacionan con lo que él hace y desempeña; estos involucran sentimientos relacionados del crecimiento individual, reconocimiento profesional y la autorrealización de las necesidades que desarrolla en el trabajo. Las obligaciones y funciones están formadas para atender los principios de eficiencia; esto hace perder el significado psicológico del colaborador, se provoca el desinterés y va

consigo la desmotivación ya que la empresa sólo ofrece un sitio formal para trabajar. Identificando los siguientes indicadores Intrínsecos; autoconfianza, incentivo, seguimiento, sentido de crecimiento y ética empresarial. Influye directamente en las actividades que desempeña. Según Herzberg, los factores motivacionales sobre el comportamiento de las personas son mucho más profundos y estables cuando son óptimos. (p.112).

1.4.1.2. Teoría de las jerarquías de las necesidades de Maslow (1943)

Maslow, citado por Prieto, A. y Hernández, C. (2013), propuso por primera vez una teoría sobre la motivación humana la cual se halla basada en la satisfacción de las necesidades de los trabajadores.

“La teoría de Maslow se grafica en la llamada pirámide de Maslow, en ella se formulan una jerarquía de necesidades humanas. Esta teoría indica que a medida que se satisfacen las necesidades más básicas o de nivel inferior, [...], la persona aspira a satisfacer las necesidades de nivel superior, de esta manera se va desarrollando como persona”. (Prieto, A. y Hernández, C. 2013, p.101)

Esta teoría plantea que el hombre tiende a satisfacer diferentes categorías de necesidades: Necesidades fisiológicas, de seguridad, necesidades de autorrealización, necesidades de afiliación y reconocimiento.

Las necesidades fisiológicas, comprenden todas las necesidades primarias y básicas en la vida del ser humano que deben ser satisfechas, estas a su vez son la base para poder continuar con la satisfacción de las demás, de no lograr la satisfacción de estas, será poco probable lograr la satisfacción de las otras necesidades.

Las necesidades de seguridad se relacionan con toda la protección física y mental del individuo, siendo esta una de las más importantes para el desarrollo de los trabajadores.

Las necesidades de afiliación o sociales, consideradas de nivel secundario, surgen siempre y cuando las dos primeras hayan sido satisfechas en su totalidad. En este nivel están incluidas las relaciones de amistad, pareja, colegas, etc. y la aceptación que estos muestren hacia el individuo.

Las necesidades de estima o reconocimiento están divididas en alta y baja, éstas corresponden al respeto por uno mismo, y el respeto de las demás personas; si se logra tener satisfecha esta necesidad, el individuo sentirá valoración y será más factible su paso al siguiente nivel, el cual corresponde a la autorrealización.

Las necesidades de autorrealización, es el último de los niveles y se logra cuando ya se han satisfecho todos los anteriores niveles de necesidades, este se puede alcanzar por medio del desempeño óptimo de determinada actividad.

1.4.2. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE:

Para definir satisfacción del cliente es importante tener en cuenta que los usuarios tienen diferentes percepciones u opiniones de las experiencias obtenidas del servicio que brinda la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote.

Evaluar la satisfacción del cliente, es un objetivo debido a la creciente importancia que los servicios han adquirido en el desarrollo social y económico de las naciones, en los sectores tanto público como privado, se ha fortalecido el concepto sobre el colaborador quien debe poseer una buena cultura y disposición a los servicios; acciones que repercuten en el cumplimiento de la exigencia que demandan los clientes por un adecuado servicio.

Con el acontecer de los años la satisfacción del cliente, como propósito organizacional, ha desarrollado diversos modelos de medición. Gelvez, C. (2010), por ejemplo propone los modelos de medición diferenciando dos tendencias: a) la escuela nórdica, de enfoque cualitativo, b) la escuela

americana de enfoque cuantitativo y c) los índices nacionales de satisfacción o factores comunes.

Gelvez, C señala que la escuela nórdica se basa principalmente en los factores que participan en la calidad de servicio y lo relacionado a ello, sin embargo no muestra guía alguna para la evaluación del cliente.

Este modelo presenta aportes de otros autores, como el de Grönroos & Gummesson, (1985) quienes afirman que la calidad técnica es el resultado de todo el proceso productivo. Así mismo, suponen que el equilibrio entre lo que el cliente espera recibir con aquello que percibe (adicional a la imagen que tiene la empresa) es lo que precisa la calidad percibida por el cliente. Por otro lado Brady y Cronin, (1992), basándose en los estudios de Zeithmal et al., Grönroos & Dabholkar, Thorpe y Rentz, puntualizan que la calidad de servicio se puede jerarquizar en tres niveles: Percepciones globales de los clientes, Dimensiones primarias y las Subdimensiones; esto genera que la complejidad de las percepciones de los clientes sea más accesible y evidente. (Setó, 2004 citado en Gelvez, C., 2010).

Los modelos presentados en la escuela americana se encuentran basados, en su mayoría, en los postulados de la escuela nórdica con la diferencia de que en estos modelos se pretende cuantificar la calidad percibida por el cliente.

Dentro de los modelos propuestos, el desarrollado por Parasuraman, Zeithmal y Berry, se considera el más resaltante, los autores diseñaron el instrumento Servqual que pretende medir la calidad percibida del servicio. Dicho instrumento se desarrolló en base a la teoría de los Gaps (diferencias entre lo que espera y recibe el cliente). Se señala que una vez determinadas las diferencias se debe indagar por las causas y corregirlas a fin de lograr una buena calidad en el servicio.

Años posteriores Cronin y Taylor (1992) desarrollan el modelo Servperf, con esto pretendían mejorar los vicios del modelo Servqual. Ambos autores consideran que la calidad de servicio es una actitud del consumidor que se manifiesta a partir de lo percibido tras haberse generado el servicio, además

manifiestan que los ítems del cuestionario (en referencia al modelo Servqual) deben variar en función a la naturaleza y objeto de las diferentes industrias en las cuales se aplique. Asimismo, indican que la calidad de servicio repercute más en la satisfacción del cliente que en la intención de compra.

Otro modelo a considerar es el desarrollado por Chiavenato en el 2000 en función a las investigaciones referidas a la escala Servqual, dicho autor encontró discordancias tanto en la operacionalización como en la conceptualización de las variables. Teas se enfoca en las características que pueden precisarse a través de un enfoque cuantitativo.

Los índices nacionales de medición de la satisfacción comienzan a desarrollarse a partir de 1989. Uno de los primeros fue el índice de Suecia que tiene como denominación “Barómetro Sueco de la Satisfacción del cliente SCSB, el cual consta de dos partes (variables causales y variables de los defectos) a su vez tiene como principal característica a las diversas ecuaciones que relacionan el valor y la percepción del servicio con la satisfacción y la lealtad de los clientes. (Johnson et al., 2001 citado en Gelvez, C., 2010).

En 1994 se crea el índice Americano de Satisfacción del cliente (ACSI) basado en el modelo Sueco SCSB, este modelo utiliza dos métodos relacionados entre sí y complementarios para medir y analizar la satisfacción del cliente: entrevistas a los clientes y elaboración de los modelos econométricos. Dicho modelo se enfoca en comparar a las empresas u industrias del país.

El índice Noruego de Satisfacción (NCSB) es muy similar al modelo ACSI con la diferencia de que en el primer modelo se le incluía la imagen corporativa y su relación con la satisfacción del cliente y lealtad de los mismos. (Johnson et al., 2001, citado en Gelvez, C., 2010)

A partir de lo mencionado, una alternativa favorable es aplicar el modelo Servperf propuesto por Cronin y Taylor (1992), tal modelo como se mencionó anteriormente se desarrolló en base al modelo Servqual y con miras a superar las deficiencias del mismo.

El cuestionario Servperf se encuentra desarrollado en base al clásico modelo de evaluación al cliente, considerando que todo cliente que logra un servicio genera expectativas de cuanto se va a recibir a través de distintos canales y una vez recibido hay una serie de factores, dimensiones, que le permite tener una percepción del servicio recibido.

Cabe señalar que la metodología del Servperf contiene los mismos ítems y dimensiones que utiliza el modelo Servqual, la única diferencia es que elimina la parte que hace referencia a las expectativas de los clientes por tanto, resulta importante mencionar que el instrumento Servqual parte de la teoría de los Gaps o discrepancias, que permiten medir la satisfacción que los clientes obtienen por el servicio prestado, a través de las diferencias entre las expectativas y las percepciones de los clientes.

Para el desarrollo de la presente investigación se ha considerado que para generarse una satisfacción en el cliente o usuario del servicio debe de existir un desempeño de la organización, en este caso de la Agencia Santa de RENIEC en el distrito de Chimbote, el desempeño que se medirá en razón de la calidad de servicio que se ofrezca y sus correspondientes dimensiones, Fernández, P. y Bajac, H. (2014), que se detallan a continuación:

La confiabilidad: como primera dimensión se refiere al cumplimiento de lo estipulado en espacios de tiempo y forma, así como también la disposición por solucionar los inconvenientes que puedan originarse.

Elementos Tangibles: como segunda dimensión los tangibles, describen el aspecto de los equipos, instalaciones, empleados y demás componentes del servicio.

La capacidad de respuesta: como tercera dimensión la capacidad de respuesta, involucra los tiempos utilizados en brindar el servicio, con buena disposición de los colaboradores y la facilidad del entendimiento del proceso.

La garantía: como cuarta dimensión la garantía, comprende la confianza que inspira el personal que realizará los servicios, la seguridad de obtener un buen

servicio, la amabilidad y conocimiento del personal y que es percibido por parte del usuario

La empatía: como quinta y última dimensión la empatía, comprende la satisfacción de las necesidades detalladas de cada cliente, la atención personalizada, itinerarios y lugares apropiados.

Para Kotler, P. y Armstrong, (2003) la Satisfacción del Cliente se halla comprendida dentro del desempeño percibido por los clientes, en relación con las expectativas del mismo. Es decir, si el desempeño del producto cubre las expectativas del cliente, éste estará satisfecho. En caso el desempeño superan las expectativas, el cliente quedara muy satisfecho o hasta incluso encantado.

Sin embargo es necesario mencionar lo señalado por, Fernández, P. y Bajac, H. (2014), según estos autores el marketing, la satisfacción y calidad no son propiedades del producto sino evaluaciones que realiza el cliente. Así mismo, consideran a la satisfacción como una consecuencia positiva del usuario sobre una experiencia y a la calidad como el resultado de la evaluación de un servicio.

Para Thompson, I. (2006) Si la empresa logra generar la satisfacción del cliente, obtendrá tres beneficios principales. a) La lealtad del cliente al recordar que le ofrecieron un buen servicio. b) Marketing de boca a boca, por lo general un cliente satisfecho no solo regresa sino que además recomienda a sus conocidos el servicio o producto y c) El cliente deja de lado a la competencia por el simple hecho de sentirse a gusto en una sola empresa.

Se hace necesario tener en cuenta que quienes conforman un negocio no son partes individuales sino la organización en conjunto: personal, repartidores, abastecedores y socios. En la empresa se debe contar con una filosofía encaminada a generar un alto nivel de satisfacción para los clientes, predisponiendo niveles de satisfacción adecuados para los otros involucrados en el negocio, en función de sus recursos totales

1.5. Marco conceptual

Desempeño laboral:

Es el rendimiento laboral y la actuación que manifiesta el trabajador al efectuar las funciones y tareas principales que exige su cargo en el contexto laboral específico de actuación, lo cual permite demostrar su idoneidad. (Bennett, 1993).

Motivación:

En general, es lo que impulsa a las personas como deseo de alcanzar su meta u objetivo, este deseo es mayor o menor dependiendo de cada persona individual y es fundamentado gracias, enseñanzas familiares y experiencias propias lo que hace tan particular estos deseos o fuerzas que le ayudan a seguir adelante y en la mayoría de los casos se les llama motivaciones. (Prieto y Hernández, 2013).

Expectativa:

Las expectativas son las "esperanzas" que los clientes tienen por conseguir algo. Las expectativas de los clientes se producen por el efecto de una o más situaciones: promesas de la misma empresa, experiencia de compras anteriores, opinión de amistades, promesas de los competidores. (Chiavenato, 2000)

Satisfacción del usuario:

La satisfacción del cliente o usuario es uno de los resultados más importantes de prestar servicios de buena calidad. Dado que la satisfacción del cliente influye de tal manera en su comportamiento, es una meta muy valiosa para todo programa u organización. (Gelvez, 2010)

Elementos Tangibles:

Son la percepción que el cliente puede captar del servicio, se refiere a la parte física, equipo, personal, material, etc. (Cronin y Taylor, 1992),

Confiabilidad:

Es la característica que permite a la empresa brindar los servicios invocando un elemento de confianza entre los usuarios y la empresa. Consiste en cumplir el servicio de forma óptima. (Cronin y Taylor, 1992),

Responsabilidad:

Disponibilidad para prestar un servicio rápido. Contar con el deseo de realizar un servicio oportuno. (Cronin y Taylor, 1992),

La seguridad:

Consiste en presentar un servicio de atención, credibilidad y confianza. Es la disposición para que el cliente perciba que la calidad de servicio es la adecuada. (Cronin y Taylor, 1992),

La empatía:

Es la habilidad de comprender como piensan y que desean nuestros clientes. (Cronin y Taylor, 1992),

II. MATERIAL Y PROCEDIMIENTOS

2.1 Material

2.1.1. Población

La presente investigación estuvo conformada por dos poblaciones:

- a) N1: Estuvo conformada por los 25 trabajadores de RENIEC - Agencia Santa del Distrito de Chimbote, en quienes se estudiara los factores motivacionales del desempeño
- b) N2: Estuvo conformada por los usuarios del servicio de RENIEC - Agencia Santa del Distrito de Chimbote en el primer trimestre del año 2017, la cual ha sido determinada de la siguiente manera:

Atenciones diarias: 35 en promedio

Atenciones mensuales: 35 por 24 días hábiles al mes, 840 usuarios en promedio

2.1.2. Marco de muestreo

Respecto a la población N1; Comprende la relación de los trabajadores de RENIEC - Agencia Santa del Distrito de Chimbote, la cual está conformada de la siguiente manera:

Gerente de la agencia	01
Profesionales	04
Asistentes técnicos	08
Asistentes en plataforma	12
TOTAL	25

Con relación a la población N2; que estuvo conformada por todos aquellos usuarios que solicitaron algunos de los servicios de RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote en el primer trimestre del año 2017. La unidad muestral debe tener como característica, que sea persona que se halle dispuesta a responder el cuestionario de encuesta, sin tener en cuenta el tipo de servicio solicitado.

2.1.3. Unidad de análisis

La unidad de análisis para la población N1 estuvo conformado por los colaboradores del RENIEC que en total suman 25, comprendiéndose a la Gerente de la Agencia, los profesionales y personal técnico calificado encargados de la atención de los usuarios, teniendo en cuenta su situación laboral, es decir que se encuentren en actividad o con contrato vigente.

La unidad de Análisis para la población N2, estuvo conformada por cada uno de los usuarios que asisten a la Agencia a realizar algunos de los trámites que se ofertan como el Duplicado del documento nacional de identidad, Renovación, Rectificación de datos, Registro civil, DNI electrónico o la Plataforma virtual Multiservicio, mayores de edad y que estuvieran dispuestos a contestar el cuestionario sobre calidad del servicio recibido.

2.1.4. Muestra

n 1 : El tamaño de la muestra de los trabajadores, corresponde a la población muestral ; que corresponde al integro de los trabajadores de RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote que como se mencionó en la población son 25

n 2 : El tamaño de la muestra de los usuarios de RENIEC ; ha sido calculada utilizando el muestreo aleatorio aplicando la siguiente fórmula para poblaciones finitas:

$$\frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N-1) + Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

- n : Tamaño de la muestra
- N : Total de la población
- Z_{α}^2 : 1,96 (nivel de confianza al 95%)
- P : Proporción esperada (0,5)
- Q : $1 - p$ ($1 - 0,5 = 0,5$)
- d : 0,05

$$n = \frac{840 \times 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 \times (840 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n = 263.82$$

$$n \approx 264$$

2.1.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnicas:

En el desarrollo de la investigación se utilizaron las siguientes técnicas de investigación:

La observación directa: La cual permitió tener una apreciación subjetiva del problema de investigación al observar el comportamiento de los usuarios después de haber tomado un servicio en RENIEC - Agencia Santa del Distrito de Chimbote.

El análisis documental: Permitted hacer una adecuada revisión bibliográfica que conlleve a determinar los antecedentes de investigación necesarios y las teorías que permitan fundamentar el diseño y método de investigación.

La Encuesta: que permitió recoger los datos necesarios para poder hacer el estudio y análisis de las variables de estudio.

Instrumentos:

En la investigación se utilizaron los instrumentos adecuados a cada una de las técnicas propuestas:

La guía de observación directa: Documento que permitió encausar la observación de los fenómenos administrativos de atención al cliente. Esta guía, fue estructura a través de columnas que permitieron organizar de los datos.

Las fichas bibliográficas: Instrumento que se utilizó para anotar los datos de libros o artículos revisados. En ellas se registró las fuentes encontradas, y que sirvieron para elaborar las referencias.

El cuestionario de encuesta: Instrumento que consistió en un conjunto de preguntas respecto a las variables: factores intrínsecos y extrínsecos motivacionales de desempeño y satisfacción del usuario.

La validez:

La validez de los instrumentos se consiguió utilizando la técnica de consistencia del constructo, para el efecto se comprometió el juicio de cinco expertos, conocedores y con experiencias en las ciencias administrativas, obteniéndose los resultados que se muestran en el anexo.

La confiabilidad:

La confiabilidad de los instrumentos se obtuvo utilizando el estadístico Alfa de Cronbach, por el cual las respuestas de los cuestionarios de una muestra piloto fueron evaluadas en el Programa SPSS V 22, obteniéndose los siguientes valores de confiabilidad.

Tabla N° 01: Fiabilidad de la variable Factores intrínsecos y extrínsecos motivacionales del desempeño

Estadísticos de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,896	20

$$= \left[\frac{K}{K - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S^2} \right]$$

Los datos procesados en el SPSS, arrojaron un valor de 0.896 de confiabilidad para el cuestionario de la variable factores motivacionales del desempeño, que se aplicó a los 25 colaboradores de la RENIEC Agencia Santa del distrito de Chimbote, permitiendo conocer la estabilidad de los ítems, ya que logra tener un nivel de confiabilidad muy buena.

Fiabilidad de la variable: Satisfacción del usuario

Tabla N° 02: Fiabilidad de la variable Satisfacción del usuario

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,947	120

$$= \left[\frac{K}{K - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum_{i=1}^k S_i^2}{S^2} \right]$$

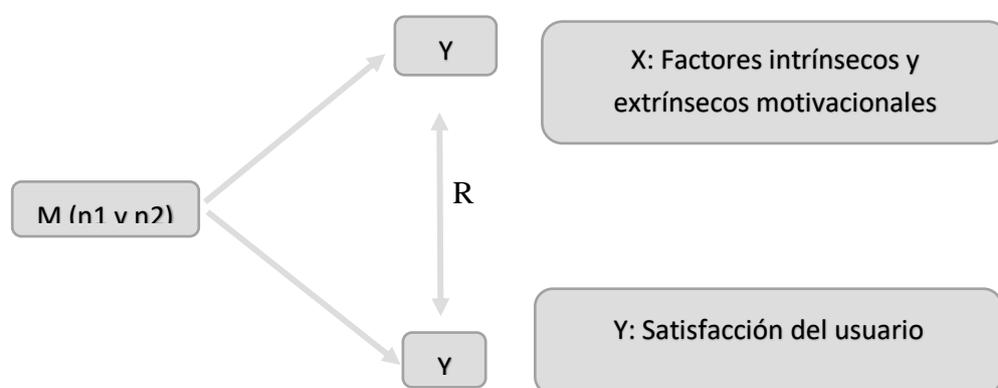
Los datos procesados en el SPSS, muestran un valor de 0.947 de confiabilidad en el cuestionario de la variable satisfacción de usuario, que se aplicó a una muestra piloto de 120 usuarios de la RENIEC Agencia Santa del distrito de Chimbote, lo que permitió conocer la estabilidad de los ítems, ya que logra tener un nivel de confiabilidad muy buena

2.2. Procedimientos

2.2.1. Diseño de contrastación

En la investigación se utilizó un diseño no experimental, puesto que no se manipularon las variables, su estudio se limitó a describirlas y analizarlas en su contexto natural, tal como vienen ocurriendo en RENIEC - Agencia Santa del Distrito de Chimbote.

A la vez la investigación comprendió un diseño descriptivo correlacional, para lo cual se presenta el siguiente esquema:



M: Muestra n1 y n2

X: Variable: Factores intrínsecos y factores extrínsecos motivacionales

R: Relación de variables

Y: Satisfacción del usuario

2.2.2. Análisis de variables:

Tabla N° 03: Operacionalización de variables

VARIABLE X	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA DE MEDICION
FACTORES MOTIVACIONALES DEL DESEMPEÑO	Según Rubio (2009) “los factores intrínsecos, se relacionan con el contenido del cargo y con la naturaleza de las tareas que la persona ejecuta” En tanto que los factores higiénicos o extrínsecos son aquellos que están relacionados con el ambiente que rodea al trabajador . Hezberg formuló lo que realmente quieren los individuos en su trabajo y llega a la deducción de que la motivación depende de estos factores	La variable factores motivacionales del desempeño será estudiada en sus dos dimensiones: la motivación extrínseca, y la intrínseca, mediante un cuestionario tipo encuesta aplicado a todos los trabajadores de la RENIEC – Agencia Santa del Distrito de Chimbote	Motivación Extrínseca	REMUNERACION	1,2	Escala Likert 1 = Muy inadecuada 2 = Inadecuada 3 = Regular 4 = Adecuada 5 = Muy adecuada
				PROMOCION INTERNA	3,4	
				CAPACITACIONES	5,6	
				RECONOCIMIENTO	7,8	
				PROGRESO	9,10	
				OPORTUNIDADES DE TRABAJO	11	
			Motivación Intrínseca	AMBIENTE FISICO	12	
				AUTOCONFIANZA	13	
				INCENTIVO	14,15	
				SEGUIMIENTO	16,17	
	SENTIDO DE CRECIMIENTO	18,19				
	ETICA EMPRESARIAL	20				

VARIABLE Y	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA DE MEDICION
SATISFACCIÓN DEL USUARIO	Según Fernández, P. y Bajac, H. (2014), la satisfacción y calidad no son propiedades del producto o servicio sino evaluaciones que realiza el cliente o usuario, así mismo consideran a la satisfacción como una consecuencia positiva del usuario sobre una experiencia y a la calidad como el resultado de la evaluación de un servicio	La variable satisfacción del cliente será evaluada mediante las dimensiones que se indican en la presente tabla y sus correspondientes indicadores, para el efecto de utilizará un cuestionario tipo encuesta con respuesta tipo Likert.	Elementos tangibles	Equipos	1 y 2	Escala Likert 1 = Muy inadecuada 2 = Inadecuada 3 = Regular 4 = Adecuada 5 = Muy adecuada
				Instalaciones físicas	3 y 4	
				Imagen	5	
				Elementos materiales	6	
			Confiabilidad	Cordialidad	7, 8 y 9	
				Proceso correcto	10	
				Optimización del tiempo	11	
				Dificultades	12	
			Capacidad de respuesta	Respuesta precisa	13 y 14	
				Rapidez	15	
				Tiempo disponible	16 y 17	
				Flexibilidad	18	
			Garantía	Confianza	19	
				Seguridad	20	
				Amabilidad	21 y 22	
				Conocimiento	23 y 24	
			Empatía	Atención inmediata	25	
				Horarios convenientes	26	
				Atención personalizada	27 y 28	
				Interés	29	
Comprensión	30					

2.2.3. Procesamiento y análisis de datos

Los datos fueron procesados utilizando una matriz de tabulación de doble entrada para lo cual se utilizó el programa Excel de Microsoft, luego fueron trasladados al programa SPSS V22, para procesar y obtener los principales estadísticos como son: la medias, varianzas, errores estándar, y efectuar la tablas de contingencia y prueba de hipótesis utilizando el índice Rho de Pearson

Los resultados se exponen en tablas, graficas de barra y las formulas necesarias para contrastar la hipótesis formulada.

III. PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

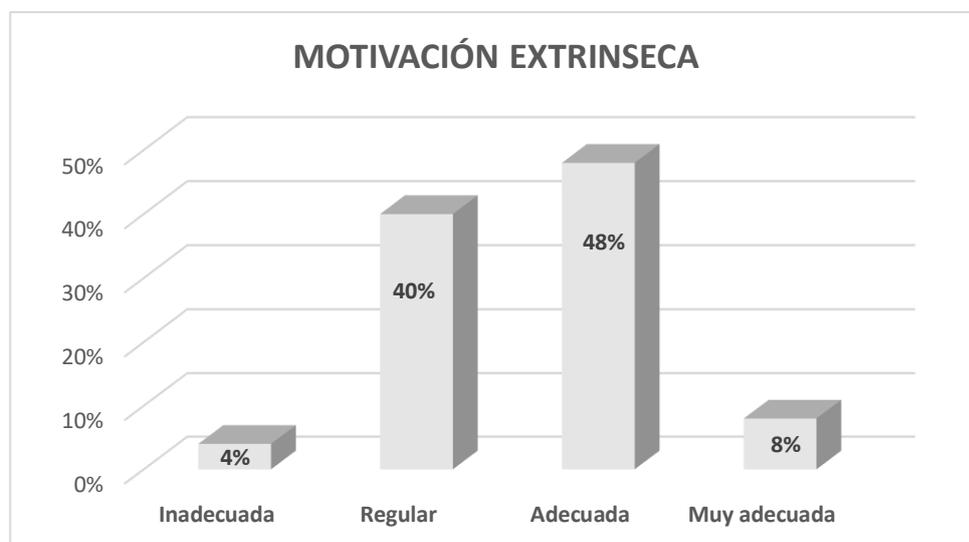
3.1. Presentación de Resultados

3.1.1. Evaluación de los factores motivacionales y de la satisfacción del usuario:

Factores motivacionales del desempeño

Tabla N° 04 Evaluación de los Factores Extrínsecos del desempeño

	Frecuencia	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Inadecuada	1	4%	4%
Regular	10	40%	44%
Adecuada	12	48%	92%
Muy adecuada	2	8%	100%
Total	25	100%	



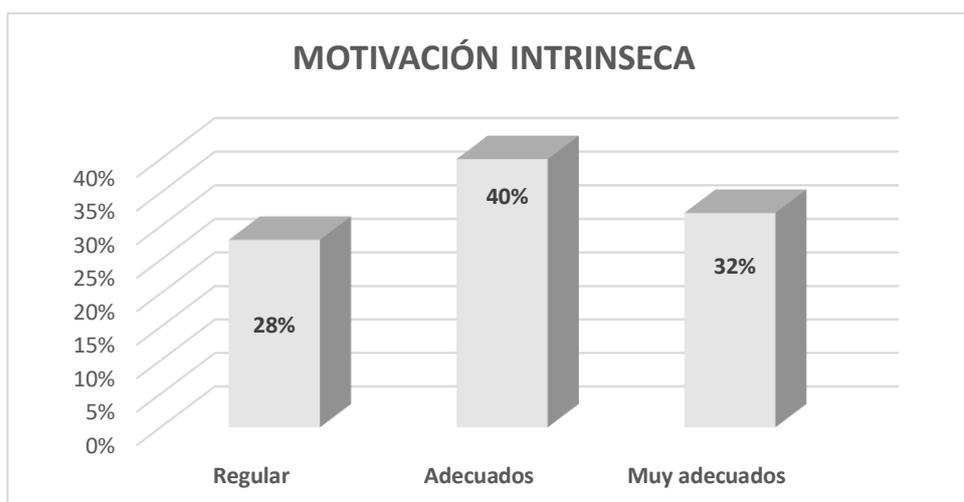
Grafica N° 3.1. Los factores motivacionales Extrínsecos del desempeño en los colaboradores de la RENIEC – Agencia Santa del distrito de Chimbote al primer semestre del año 2017

La evaluación de los factores motivacionales extrínsecos del desempeño, se reportan, en la apreciación de los trabajadores de la RENIEC – Agencia Santa del distrito de Chimbote, en un 48 % como adecuada en las respuestas al cuestionario aplicado para tal fin. El 40 %, de las respuestas consideran la motivación extrínseca como

regular, especialmente en cuanto a lo que se refiere al reconocimiento por parte de la organización, a las capacitaciones y a la oportunidad de trabajo que le brindó, se aprecia en menor medida los conceptos respecto a las remuneraciones, la promoción interna, el progreso personal y el ambiente físico en el que se desempeñan.

Tabla N° 05 Evaluación de los Factores Intrínsecos del desempeño

	Frecuencia	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Regular	7	28%	28%
Adecuados	10	40%	68%
Muy adecuados	8	32%	100%
Total	25	100%	



Grafica N° 3.2. Los factores motivacionales Intrínsecos del desempeño en los colaboradores de la RENIEC – Agencia Santa del distrito de Chimbote al primer semestre del año 2017

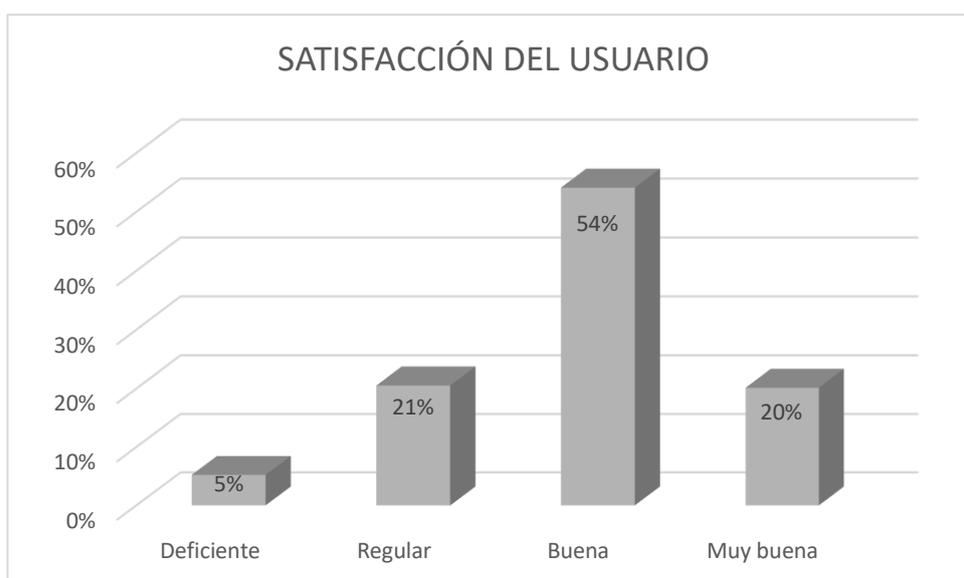
Con relación a los factores motivacionales intrínsecos, el 40 % los considera adecuados, en tanto que el 32 % lo aprecia como muy adecuados, especialmente en lo referido a los criterios de autoconfianza en su desempeño, el seguimiento de sus actividades por parte de los jefes inmediatos y la ética empresarial que se manifiesta en las actividades de todos los integrantes de la Agencia, en menor medida son apreciados los criterios referidos a los incentivos y al sentido de crecimiento que deberían experimentar como producto de su trabajo. No obstante los factores

motivacionales de desempeño, de manera general, son considerados como adecuados.

Satisfacción del usuario

Tabla N° 06 Evaluación de la satisfacción del usuario

	Frecuencia	Porcentaje valido	Porcentaje acumulado
Deficiente	14	5%	5%
Regular	55	21%	20%
Buena	145	54%	65%
Muy buena	54	20%	100%
Total	268	100%	



Grafica N° 3.3. La satisfacción de los usuarios de la RENIRC – Agencia Santa del distrito de Chimbote al primer semestre del año 2017

La satisfacción de los usuarios de la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote, ha sido estudiada utilizando la metodología propuesta por Parazuraman, A., & Zeithaml, V. et Berry, L.(1988), en su modelo Servqual: citado por Subaldo en el 2012 por la cual se establecen cinco dimensiones, los resultados reportados en la Grafica N° 3.3 muestran que la satisfacción en opinión de los usuarios que conformaron la muestra de estudio de manera general es considerada como Regular en un 21 %, adecuada en un 54 % y muy adecuada en otro 20 %; este resultado

refleja en cierto modo la satisfacción positiva de los usuarios respecto, principalmente a la tangibilidad y la ética institucional apreciada en la obtención del servicio requerido.

3.1.2. Relación entre los factores motivacionales del desempeño y los elementos tangibles del servicio, en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote.

Tabla N° 7						
Factores motivacionales de desempeño y satisfacción de la tangibilidad						
Factores motivacionales de desempeño	Tangibilidad				Total	Rho Pearson
	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena		
Inadecuados	0%	0%	8%	0%	8%	Rho = -0.020
Regular	0%	0%	8%	4%	12%	
Adecuados	0%	20%	16%	8%	44%	Sig. (bilateral) =0.924
Muy adecuados	0%	0%	36%	0%	36%	
Total	0%	20%	68%	12%	100%	

Como se observa en la Tabla N° 07 y considerando a la tangibilidad como una dimensión de la variable satisfacción del usuario, se obtiene una distribución dispersa en las siguientes categorías de las cuales un 20 % de los usuarios encuestados considera que los elementos tangibles le dan una satisfacción regular, 68 % opina que su satisfacción es buena; y un 12% considera muy buena la satisfacción con relación a los elementos tangibles.

Siendo el segundo objetivo específico de la investigación determinar la relación que existe entre los factores motivacionales del desempeño y la satisfacción con relación a la tangibilidad, en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote, los resultados muestran que cuando los factores motivacionales son considerados como muy adecuados, los usuarios manifiestan una satisfacción buena con respecto a los elementos de la tangibilidad en un 36 %.

En cuanto a los resultados alcanzados en el análisis estadístico, mediante la prueba Rho Pearson en la contrastación de hipótesis entre la variable factores motivacionales de desempeño y la dimensión tangibilidad como elemento de la

satisfacción del usuario; se reporta que no existe una correlación, aun cuando esta es moderadamente significativa ($r=0.020$, $\text{sig.}=0.924 >0.05$); debido que el valor de significancia de $P=0.924$ es mayor a 0.05, se opta por rechazar la hipótesis alternativa y aceptar la hipótesis nula, teniendo el nivel de correlación de -0.020 .

3.1.3. Relación entre los factores motivacionales del desempeño y la confiabilidad del servicio en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote.

Tabla N° 8						
Factores motivacionales de desempeño y satisfacción de la confiabilidad						
Factores motivacionales de desempeño	Confiabilidad				Total	Rho Pearson
	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena		
Inadecuados	0%	0%	8%	0%	8%	Rho = 0.101
Regular	0%	8%	8%	4%	20%	
Adecuados	0%	12%	20%	8%	40%	Sig. (bilateral) = 0.630
Muy adecuados	0%	0%	32%	0%	32%	
Total	0%	20%	68%	12%	100%	

En la tabla N°08 se reporta la relación entre la variable factores motivacionales del desempeño y la dimensión confiabilidad, se observa que un 20% de los encuestados señala que la confiabilidad es regular; una confiabilidad buena en 68%; y muy buena en un 12%.

El segundo objetivo específico es identificar la relación que existe entre los factores motivacionales y la confiabilidad del servicio en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote, los resultados muestran que cuando los factores motivacionales son considerados como muy adecuados, los usuarios manifiestan una buena satisfacción con respecto a la confiabilidad del servicio en un 32 %.

En cuanto a los resultados alcanzados en el análisis estadístico, mediante la prueba Rho Pearson en la contrastación de hipótesis entre la dimensión confiabilidad y la

variable factores motivacionales del desempeño; se reporta que existe una correlación moderadamente significativa ($r=0.101$, $\text{sig.}=0.630 > 0.05$), debido que el valor de significancia de $P=0.630$ es mayor a 0.05 , lo cual rechaza la Hipótesis alternativa y acepta la hipótesis nula, teniendo el nivel de correlación de 0.101

3.1.4. Relación entre los factores motivacionales del desempeño y la capacidad de respuesta en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote.

Tabla N° 9						
Factores motivacionales de desempeño y satisfacción de la capacidad de respuesta						
Factores motivacionales de desempeño	Capacidad de Respuesta				Total	Rho Pearson
	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena		
Inadecuados	0%	0%	4%	0%	4%	Rho = -0.040
Regular	0%	4%	24%	4%	32%	
Adecuados	0%	16%	20%	8%	44%	Sig. (bilateral) =0.848
Muy adecuados	0%	0%	20%	0%	20%	
Total	0%	20%	68%	12%	100%	

En la tabla N°09 se reporta la relación entre la variable factores motivacionales del desempeño y la dimensión capacidad de respuesta, se observa que un 20% de los encuestados señala que la capacidad de respuesta en el servicio es regular; una buena satisfacción con la capacidad de respuesta en 68%; y muy buena satisfacción en un 12%.

El tercer objetivo específico es valorar la relación que existe entre los factores motivacionales y la capacidad de respuesta en el servicio a los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote, los resultados muestran que cuando los factores motivacionales son considerados como muy adecuados, los usuarios manifiestan una satisfacción buena con respecto a la capacidad de respuesta del servicio, en un 20 %.

En cuanto a los resultados alcanzados en el análisis estadístico, mediante la prueba Rho Pearson en la contrastación de hipótesis entre la dimensión capacidad de respuesta y la variable factores motivacionales del desempeño; se reporta que no existe una correlación aun cuando esta es moderadamente significativa ($r=0.040$, $\text{sig.}=0.848 > 0.05$), debido que el valor de significancia de $P=0.848$ es mayor a 0.05, se rechaza la Hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula, teniendo el nivel de correlación de 0.040.

3.1.5. Conocer la relación entre los factores motivacionales del desempeño y la garantía del servicio en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote.

Tabla N° 10						
Factores motivacionales de desempeño y satisfacción de garantía en el servicio						
Factores motivacionales de desempeño	Garantía				Total	Rho Pearson
	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena		
Inadecuados	0%	0%	8%	0%	8%	Rho = 0.064
Regular	0%	8%	16%	4%	28%	
Adecuados	0%	12%	20%	8%	40%	Sig. (bilateral) = 0.763
Muy adecuados	0%	0%	24%	0%	24%	
Total	0%	20%	68%	12%	100%	

En la tabla N°10 se reporta la relación entre la variable factores motivacionales del desempeño y la dimensión garantía del servicio, se observa que un 20% de los encuestados señala que la garantía es regular; una buena garantía en 68%; y una muy buena satisfacción con la garantía del servicio en un 12%.

El cuarto objetivo específico es conocer la relación que existe entre los factores motivacionales y la garantía del servicio en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote, los resultados muestran que cuando los factores motivacionales son considerados como muy adecuados, los usuarios se manifiestan una buena satisfacción con respecto a la garantía del servicio, en un 24 %.

En cuanto a los resultados alcanzados en el análisis estadístico, mediante la prueba Rho Pearson en la contrastación de hipótesis entre la dimensión garantía del servicio y la variable factores motivacionales del desempeño; se reporta que existe una correlación aun cuando esta es moderadamente significativa ($r=0.064$, $\text{sig.}=0.763 > 0.05$), debido que el valor de significancia de $P=0.763$ es mayor a 0.05, se rechaza la Hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula, teniendo el nivel de correlación de 0.064.

3.1.6. Conocer la relación entre los factores motivacionales del desempeño y la empatía en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote.

Tabla N° 11						
Factores motivacionales de desempeño y satisfacción de empatía en el servicio						
Factores motivacionales de desempeño	Empatía				Total	Rho Pearson
	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena		
Inadecuados	0%	0%	8%	0%	8%	Rho = 0.190
Regular	0%	8%	8%	0%	16%	
Adecuados	0%	12%	16%	12%	40%	Sig. (bilateral) =0.362
Muy adecuados	0%	0%	36%	0%	36%	
Total	0%	20%	68%	12%	100%	

En la tabla N°11 se reporta la relación entre la variable factores motivacionales del desempeño y la dimensión empatía en el servicio, se observa que un 20% de los encuestados señala que la empatía es regular; satisfecho de buena manera con la empatía en 68%; y una satisfacción muy buena de la empatía en el servicio en un 12%.

El quinto objetivo específico es conocer la relación que existe entre los factores motivacionales y la empatía del servicio en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote, los resultados muestran que cuando los factores motivacionales son considerados como muy adecuados, los usuarios se manifiestan

satisfechos de manera buena con respecto a la empatía que perciben en el servicio en un 36 %.

En cuanto a los resultados alcanzados en el análisis estadístico, mediante la prueba Rho Pearson en la contrastación de hipótesis entre la dimensión garantía del servicio y la variable factores motivacionales del desempeño; se reporta que existe una correlación aun cuando esta es moderadamente significativa ($r=0.190$, $\text{sig.}=0.362 > 0.05$), debido que el valor de significancia de $P=0.362$ es mayor a 0.05, se rechaza la Hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula, teniendo el nivel de correlación de 0.190.

3.1.7. Establecer la relación entre los factores motivacionales del desempeño y la satisfacción de los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote en el primer trimestre del año 2017.

Tabla N° 12						
Factores motivacionales de desempeño y satisfacción del usuario						
Factores motivacionales de desempeño	Satisfacción del usuario				Total	Rho Pearson
	Deficiente	Regular	Buena	Muy buena		
Inadecuados	0%	0%	8%	0%	8%	Rho = 0.090
Regular	0%	8%	8%	4%	20%	
Adecuados	0%	12%	28%	8%	48%	Sig. (bilateral) = 0.669
Muy adecuados	0%	0%	24%	0%	24%	
Total	0%	20%	68%	12%	100%	

Finalmente en la tabla N°12, se analizan las variables de estudio de manera independiente, por lo que se puede afirmar que los factores motivacionales del desempeño son adecuados en un 48% y la satisfacción del usuario es reportada como buena en un 68%.

No obstante, el objetivo general de la investigación está orientado a establecer la relación que existe entre los factores motivacionales del desempeño y la satisfacción de los usuarios del RENIEC – Agencia Santa del distrito de Chimbote en el primer trimestre del año 2017; mediante los resultados obtenidos se puede

afirmar que cuando los factores motivacionales son considerados como adecuados, la satisfacción del usuario también es buena en un 28

Por otro lado, en cuanto a los resultados alcanzados en el análisis estadístico, mediante la prueba Rho Pearson en la contrastación de hipótesis entre las variables factores motivacionales del desempeño y la satisfacción del usuario; se obtiene una correlación muy laxa o débil ($r=0.090$, $\text{sig.}=0.669 > 0.05$). Por lo tanto debido a que el valor de significancia de $P=0.669$ es mayor a 0.05 , se rechaza la hipótesis alternativa y se acepta la hipótesis nula, teniendo el nivel de correlación de 0.090 , es decir no existe correlación entre ambas variables las que se desarrollan de manera totalmente independientes.

3.2. Discusión de resultados

El presente trabajo de investigación tuvo como objetivo general, establecer la relación que existe entre los factores intrínsecos y extrínsecos motivacionales del desempeño y la satisfacción del usuario de la RENIEC – Agencia Santa del distrito de Chimbote en el primer trimestre del año 2017, es necesario resaltar que los resultados demuestran haber logrado el propósito formulado.

La investigación se desarrolló siguiendo un diseño de tipo no experimental de corte transversal, de nivel descriptivo-correlacional, con el cual se evaluó el comportamiento y a la vez la relación que existe entre las variables: factores intrínsecos y extrínsecos motivacionales del desempeño y la satisfacción del usuario. Este diseño se concretó mediante la utilización de un instrumento que fue el cuestionario tipo encuesta, el cual se aplicó a todos los trabajadores de la RENIEC – Agencia Santa del distrito de Chimbote y a una muestra conformada por 268 usuarios. El uso de la estadística descriptiva permitió obtener las tablas de contingencia según lo formulado en los objetivos de investigación. Complementariamente se realizó la prueba Rho Pearson para la contrastación de hipótesis de las variables.

Según la prueba Rho de Pearson, en la contrastación de hipótesis, se estableció que no existe una correlación entre las variables de estudio. Asimismo, las dimensiones de la variable satisfacción del usuario: tangibilidad, y capacidad de respuesta muestran una correlación negativa, en tanto que las dimensiones confiabilidad, garantía y empatía presentan una correlación positiva pero débil o laxa.

A nivel de la validez interna es necesario señalar que los instrumentos utilizados para la obtención de la información fueron validados por juicio de expertos, haciendo uso de la validez del contenido, basándose en los criterios de claridad, objetividad, pertinencia, actualidad, organización, suficiencia, intencionalidad, consistencia, coherencia y la metodología; alcanzando la variable factores motivacionales una validez del 76,6% y la variable satisfacción del usuario una validez de 76,6%. De igual modo se obtuvieron resultados positivos en la confiabilidad del instrumento, para el efecto se aplicó una prueba piloto para hallar la confiabilidad de los mismos. En lo que se concierne a la confiabilidad, se verificó

la consistencia de los ítems obteniendo como resultados: La confiabilidad de la variable factores intrínsecos y extrínsecos motivacionales fue de un 0,896 y la confiabilidad de la variable satisfacción del usuario fue de un 0.964, demostrando la rigurosidad y seriedad de los resultados.

Por otro lado, por la validez externa, los resultados obtenidos en la investigación se ajustan a la realidad problemática de todas las empresas públicas o privadas, sin embargo en las empresas privadas pueden haber divergencia en los resultados debido a que se puede contar con una población mucho más pequeña; como también las percepciones u opiniones de los usuarios o clientes pueden cambiar, ocasionando un contexto diferente entre los factores intrínsecos y extrínsecos motivacionales y la satisfacción del usuario.

Los resultados obtenidos en la investigación demuestran que no existe relación entre los factores intrínsecos y extrínsecos motivacionales del desempeño y la satisfacción del usuario de la RENIEC – Agencia Santa del distrito de Chimbote en el primer trimestre del año 2017, la relación ha sido valorada en un magro 9.0% para un nivel de significancia de 0.669. No obstante los factores intrínsecos y extrínsecos motivacionales, en general, muestran tendencia de desarrollo pues estos son considerados como adecuados en un 68 %, y muy adecuados en un 12 %. Los factores extrínsecos, como el reconocimiento, las oportunidades de trabajo y las capacitaciones, son considerados como adecuados en un 48 %, y los factores motivacionales intrínsecos, como la autoconfianza, el seguimiento y la ética empresarial son considerados como adecuados y muy adecuados en un 40 % y 32 % respectivamente.

Con relación a la variable satisfacción del usuario, de manera general, se manifiesta como buena en un 54 % y muy buena en 20 % mostrando también una tendencia de desarrollo positiva, específicamente en lo que respecta a la dimensión satisfacción de la tangibilidad del servicio el 45 %, es apreciada como buena, en tanto que el 35 % se manifiesta como muy buena, la satisfacción del servicio con relación a la confiabilidad, el 44 % la considera buena y el 30 % muy buena, la satisfacción del servicio respecto a la capacidad de respuesta muestra una tendencia a ser buena y muy buena en un 45 % y 20 % respectivamente; la satisfacción de la

garantía de un buen servicio muestra que los usuarios manifiestan que es buena y muy buena en un 44 % y 20 % respectivamente y finalmente la satisfacción del usuario respecto a la empatía mostrada por el personal de la Agencia en cuanto al servicio que prestan es también buena y muy buena en un 44 % y 35 % respectivamente.

Comparando los resultados obtenidos con los antecedentes, se encontró concordancias con lo manifestado por Sum (2015), respecto a los factores motivacionales que inciden en el desempeño ya que demuestra en su investigación que existe una correlación positiva entre estas variables, lo cual coincide con los resultados del presente trabajo en cuanto se examina la variable factores motivacionales de manera independiente, es importante resaltar que en el trabajo de Sum se utiliza la teoría de Maslow para el estudio de los factores motivacionales. En el mismo sentido también se coincide con Enríquez (2014) quien de igual modo encuentra que existe una correlación positiva entre la motivación y el desempeño considerando que la motivación es evaluada mediante la metodología de la consecución de metas. Por otro lado Olvera (2013), coincide con los autores antes indicados y refuerza el análisis realizado en la presente investigación con respecto a la variable factores motivacionales del desempeño en tanto que en sus resultados reporta una relación directa entre la motivación y el desempeño siguiendo como fundamento teórico la teoría de las expectativas de Vroom.

Con respecto a la satisfacción del usuario, la presente investigación ha estado orientada por los aspectos teóricos de la calidad de servicio por esta razón los usuarios de la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote, ha sido estudiada utilizando la metodología propuesta por Parazuraman, A., & Zeithaml, V. et Berry, L.(1988), en su modelo Servqual: citado por Subaldo en el 2012 por la cual se establecen cinco dimensiones, los resultados reportados en la tabla N° 06 muestran que la satisfacción en opinión de los usuarios que conformaron la muestra de estudio de manera general es considerada como Regular en un 21 %, buena en un 54 % y muy buena en otro 20 %; comprendiéndose dentro de este porcentaje un mayor reconocimiento a los elementos tangibles utilizados en el servicio así como la empatía mostrada por los trabajadores de la Agencia en la atención de los diversos servicios que se ofrecen al público usuario, dentro de estas dos dimensiones se

aprecian los equipos utilizados y los elementos materiales y la imagen institucional como elementos tangibles y la atención inmediata y la atención personalizada en lo que corresponde a la empatía. No obstante también es apreciada como adecuada la confiabilidad en lo que respecta a la cordialidad y al poder superar sus dificultades con las que se enfrenta el usuario en su solicitud registral, al respecto, Palma (2014), reporta el estudio de esta variable siguiendo la teoría propuesta por Camision, C & Cruz, S. (2006) referida a la gestión de la calidad, que ha permitido fundamentar los aspectos teóricos de la presente investigación. En el mismo sentido Blanca (2014) y Monzón (2014), han permitido reforzar los fundamentos metodológicos y teóricos respecto a la gestión de la calidad de un buen servicio lo que repercute en la satisfacción del usuario de toda organización.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

1. No existe relación alguna entre los factores motivacionales del desempeño y la satisfacción de los usuarios de la RENIEC – Agencia Santa del distrito de Chimbote en el primer semestre del año 2017, es decir ambas variables tienen un comportamiento totalmente independiente, aun cuando se reportan como adecuadas en un 28 % de las respuestas, resultado corroborado por el índice de correlación de Pearson de 0.090 para un nivel de significancia de $0.669 > 0.05$ por lo cual se acepta la hipótesis nula, es decir no existe relación entre ambas variables.
2. Se ha determinado que no existe una relación entre los factores motivacionales del desempeño y la satisfacción de la tangibilidad, de los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote, aun cuando los factores motivacionales son considerados como muy adecuados y los elementos tangibles son aceptados como buenos en un 36 %, es decir no existe correlación para un coeficiente de Pearson de -0.020 con una significancia de $0.924 > 0.05$.
3. No se ha identificado relación entre los factores motivacionales del desempeño y la confiabilidad en el servicio de los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote, aun cuando los factores motivacionales son apreciados como muy adecuados y la capacidad de respuesta como buena en un 32 %, el coeficiente de correlación de Pearson de 0.101 muestra una relación bastante débil, con una significancia de $0.630 > 0.05$.
4. La valoración de la relación entre los factores motivacionales del desempeño y la capacidad de respuesta en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote, muestra un nivel bastante débil, aun cuando los factores motivacionales son considerados como muy adecuados y la satisfacción como buena en un 20 %, se obtuvo coeficiente de Pearson de -0.040 para una

significancia de $0.848 > 0.05$, es decir no existe relación alguna entre estas variables.

5. El conocimiento de la relación entre los factores motivacionales del desempeño y la satisfacción de un servicio de garantía en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote, muestra un nivel de relación muy débil, aun cuando los factores motivacionales son apreciados como muy adecuados y la garantía de un buen servicio como buena en un 24 %, según el coeficiente de correlación de Pearson de 0.064 para una significancia de $0.763 > 0.05$ por lo que se concluye que no existe relación entre estas variables.
6. El conocimiento de la relación entre los factores motivacionales del desempeño y la satisfacción por la empatía en los usuarios en la RENIEC Agencia Santa del Distrito de Chimbote, muestra que existe una correlación sumamente débil, con un Rho de Pearson de 0.190 y una significancia de $0.362 > 0.05$, por lo que se concluye que en este caso tampoco existe relación significativa.

4.2. Recomendaciones

1. Establecer estrategias, por parte de la gerencia, que permitan mantener y mejorar los factores motivacionales especialmente los extrínsecos en lo referente a la promoción interna, capacitaciones, reconocimiento y el ambiente físico de trabajo, toda vez que los resultados muestran que los usuarios se encuentran satisfechos con el servicio que reciben pero estadísticamente no existe una relación con los factores motivacionales.
2. Planificar la renovación y/o mantenimiento de manera programada los elementos tangibles que se utilizan para el otorgamiento de un buen servicio especialmente en lo referente a las instalaciones físicas, equipos y elementos materiales.
3. Establecer, por parte de la gerencia, estrategias para elevar el rendimiento respecto a la confiabilidad de los procedimientos, sobre todo los referidos a realizar un proceso correcto, optimizar el tiempo de atención y superar las dificultades que se presenten en la atención de los usuarios del servicio que brinda la RENIEC – Agencia Santa del distrito de Chimbote.
4. La gerencia de operaciones deberá establecer medidas que permitan a los trabajadores de la Agencia de RENIEC, ofrecer respuestas con rapidez, utilizar el tiempo disponible de manera adecuada y ser flexibles en la atención del servicio que brindan a los usuarios, la capacitación específica sobre el tema, sería una alternativa.
5. La RENIEC – Agencia Santa del distrito de Chimbote, a través de la gerencia de operaciones se debe de implementar medidas, como el monitoreo de las actividades, que permitan al usuario tener confianza y conocimiento que le están otorgando un servicio de calidad.
6. Deberá proponerse un plan de incentivos a los trabajadores de la Agencia del RENIEC, mediante estímulos o premios al desempeño a fin de que mantengan la empatía demostrada con los usuarios especialmente en lo referente a los

horarios convenientes y a la atención inmediata a los requerimientos de los usuarios.

V. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS

- Alcalá, A. B. (2012). *Alerta!: Descubre de forma sencilla y práctica los problemas graves de tu empresa, sus vías de agua*. Ediciones Díaz de Santos.
- Alles, M. A. (2007). *Gestión por competencias: el diccionario*. Ediciones Granica SA.
- Brazzolotto, S. (2012). *Aplicación de la Evaluación de Desempeño por Competencias a las Organizaciones*. UNCUIYO, Mendoza, Argentina
- Chiavenato, I. (2002). *Administración de Recursos Humanos, el capital humano en las organizaciones*. México, México.
- Fernández, P. y Bajac, H. (2013). *Gestión del marketing de servicios. Principios y aplicaciones para la actividad gerencial*. Cuarta Edición. Argentina. Ediciones Granica S.A.
- Grönroos, C., & Gummesson, E. (1985). *The Nordic school of service marketing. Service Marketing–Nordic School Perspectives, Stockholm University, Sweden*, 6-11.
- Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación* (5ta ed.). México: Mc Graw–Hill.
- Herzberg, F. (1960). *Retribución del personal*. España: Cádiz.
- Ivancevich, J.; Lorenzi, P.; Skinner, S. (1997). “*Gestión: calidad y competitividad*”. McGraw-Hill/ Interamericana de España
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. Pearson Educación.
- Landeau Rebeca (2007). *Elaboración de trabajos de investigación* 1ª Ed. Editorial Alfa Venezuela.
- McNerney, D. J. 1995. “*Designer*” *Downsizing: Accent on Core Competencies*. HR Focus: 72(2).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. & Berry, L. (1985). “*A Conceptual Model of Service and Its Implications for Future Research*”. *Journal of Marketing*, 49, 41-50.
- Reeve, J. (2003). *Motivación y emoción*. Perú Editorial: imprenta Cadillo.
- Robbins, S. (2004). “*Comportamiento Organizacional*”. Pearson Educación
- Rubio, M. (2009). *Nuevas orientaciones motivacionales según su Cultura Organizacional*. Loja: Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja.
- Thompson, A., Robbins, P., Sohngen, B., Arvai, J., & Koontz, T. (2006). *Economy, politics and institutions: from adaptation to adaptive management in climate change*. *Climatic Change*, 78(1), 1-5.

Zelinski, E. (2003). “*El placer de no trabajar*”. *Gestión* 2000

TESIS

Castro J. (2007)- *El impacto de la motivación en la rotación del personal caso: secretaria de desarrollo urbano y obras públicas en el estado de Querétaro, Mexico* recuperado de: <http://ri.uaq.mx/bitstream/123456789/2621/1/RI002365.pdf>

Requena, M. y Serrano, G. (2007). *Calidad De Servicio Desde La Perspectiva De Clientes, Usuarios Y Auto-Percepción De Empresas De Captación De Talento*. (Tesis de licenciatura). Recuperada de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR1459.pdf>

Sarango, M (2013). *Calidad de servicio y desempeño del personal de la subgerencia de transporte del Ministerio público de Lima*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.

Seminario, A (2014) *Desempeño laboral y Calidad de servicio en la oficina registral Lima del Reniec 2014*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Perú.

Vargas, A. (2011). *El desempeño laboral y su incidencia en la calidad del servicio de la empresa Safe Drive de la ciudad de Ambato*. (Tesis de Licenciatura). Universidad Técnica de Ambato, Ecuador.

ARTÍCULOS CIENTÍFICOS:

Bennett, R. (1993). Developing People for Real Some Issues and Approaches. *Management Decision* 31(3): 55-61.

Brown, S. J., y R. J. Kraft, (1998). A Strategy for the Emerging HR Role. *Human Resources Professional* 11(2): 28-32.

Chilton, P. (1994). Mechanics of change: Social movements, transnational coalitions, and the transformation processes in Eastern Europe. *Democratization*, 1(1), 151-181.

Cockerill, T., J. Hunt y H. Schroder, (1995). Managerial Competencies Factor Fiction? *Business Strategy Review* 6: 1-12.

Cronin, J. & Taylor, S. (July, 1992) “Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension”. *Journal of Marketing*, 56, 55-68.

- López, J. M. G. (2011). El proceso de capacitación, sus etapas e implementación para mejorar el desempeño del recurso humano en las organizaciones. *Contribuciones a la Economía*, (2011-12).
- Prieto, A. y Hernández, C. (2013). Calidad de servicio para el desarrollo de la competitividad empresarial. Una reflexión teórica. *Revista Arbitrada Venezolana del Núcleo LUZ-COL: Impacto Científico*. Vol. 8, N° 2. Julio - Diciembre. Venezuela. (Pp. 312-328).
- Ramírez, R., Abreu, J. L., & Badii, M. H. (2008). La motivación laboral, factor fundamental para el logro de objetivos organizacionales: Caso empresa manufacturera de tubería de acero. *Revista Daena (International Journal of Good Conscience)*, 3(1).

VI. ANEXOS

Anexo 01: Cuestionario; Factores motivacionales de desempeño:

El presente cuestionario tienen como propósito conocer su opinión sobre los factores motivacionales de su desempeño, la confiabilidad de su respuesta será respetada, por lo tanto no es necesario que escriba su nombre, marque con x, según sea su apreciación.

1 = Muy inadecuada, 2 = Inadecuada, 3 = Regular, 4 = Adecuada, 5 = Muy adecuada

DIMENSIONES	N°	ítems	1	2	3	4	5
FACTORES DE MOTIVACIÓN EXTRÍNSECA		REMUNERACIONES					
	1	¿Considera que su salario compensa la labor que realiza?					
	2	¿La remuneración percibida lo motiva a ser más efectivo?					
		PROMOCIÓN INTERNA					
	3	¿Los cargos y puestos libres de mayor rango son ocupados por promoción interna?					
	4	¿Considera que se aplica la línea de carrera en los ascensos?					
		CAPACITACIONES					
	5	¿Eventualmente recibe capacitaciones relacionadas con el cargo que desempeña?					
	6	¿Recibe capacitaciones para fortalecer los puntos críticos de su desempeño laboral?					
		RECONOCIMIENTO					
	7	¿Recibe reconocimientos o incentivos por objetivos logrados?					
	8	¿Se evidencia preocupación de sus superiores por su desempeño?					
		PROGRESO					
	9	¿Son consideradas sus opiniones en su área de trabajo?					
	10	¿Es reconocido el progreso que evidencia en el desempeño de sus funciones?					
	OPORTUNIDADES DE TRABAJO						
11	¿El trabajo que realiza le ha dado oportunidad de desarrollo?						
	AMBIENTE FISICO						

	12	¿La RENIEC cuenta con instalaciones apropiadas para el desarrollo de sus tareas?					
FACTORES DE MOTIVACIÓN INTRÍNSECA		AUTOCONFIANZA					
	13	¿Considera que tienen las capacidades necesarias para hacer línea de carrera?					
		INCENTIVOS					
	14	¿La RENIEC cuenta con un programa de incentivos laborales?					
	15	¿La RENIEC, cuenta programas motivacionales que le permiten sentirse importante en la organización?					
		SEGUIMIENTO					
	16	¿Cuenta con las capacidades suficientes para ascender de puesto?					
	17	¿Necesita ser supervisado para realizar sus tareas?					
		SENTIDO DE CRECIMIENTO					
	18	¿Cuenta con el perfil necesario para cubrir un puesto de mayor responsabilidad?					
	19	¿Se siente capaz de proponer propuestas innovadoras en su área de trabajo?					
		ETICA EMPRESARIAL					
	20	¿Existe buenas conductas en los trabajadores de la RENIEC?					

ANEXO N°2: CUESTIONARIO SOBRE LA SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS

El siguiente cuestionario servirá en una investigación acerca de la satisfacción del usuario del La RENIEC del Santa - Chimbote, motivo por el cual sírvase contestar las siguientes preguntas. Responda marcando con un aspa (x) en función a los siguientes criterios:

N°	Escala de valoración
1	Muy inadecuada
2	Inadecuada
3	Regular
4	Adecuada
5	Muy adecuada

		VARIABLE 02: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	PUNTAJE				
DIMENSIONES	N°	INDICADORES	1	2	3	4	5
TANGIBILIDAD	Equipo						
	1	La RENIEC dispone de modernos equipos para la realización del servicio.					
	2	La RENIEC cuenta con herramientas funcionales/operativas para la realización del servicio.					
	Instalaciones físicas						
	3	Las instalaciones físicas de la RENIEC son cómodas.					
	4	Las instalaciones físicas de la RENIEC son visualmente atractivas.					
	Imagen						
	5	Los trabajadores de la RENIEC se visten correctamente y muestran una imagen de limpieza.					
CONFIABILIDAD	Elementos materiales						
	6	Los materiales, equipos, herramientas utilizadas son los adecuados.					
	Compromiso						
	7	Cuando el trabajador/supervisor de la RENIEC se compromete en realizar algo, lo cumple.					
	Cordialidad						
	8	Cuando se presenta un problema, los trabajadores muestran un sincero interés en solucionarlo.					
	9	Los trabajadores son condescendientes con todos sin mostrar preferencias ni favoritismos.					
	Proceso correcto						
10	Los trabajadores realizan su trabajo correctamente desde la primera vez.						
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Aprovechamiento del tiempo						
	11	Los trabajadores hacen buen uso del tiempo y terminan sus labores en el lapso estimado.					
	Dificultades						
	12	Los trabajadores procuran no cometer errores durante sus actividades.					
CAPACIDAD DE RESPUESTA	Precisión de respuesta						
	13	Los trabajadores ofrecen una respuesta precisa y concreta.					
	14	Los trabajadores informan con precisión sobre la culminación del servicio.					
	Rapidez de respuesta						
15	Los trabajadores actúan con rapidez y brindan un servicio oportuno a sus clientes.						
		Disposición en el tiempo					

	16	Los trabajadores nunca están demasiado ocupados para responder al servicio.							
	17	Los trabajadores siempre se muestran dispuestos a acudir a una emergencia laboral.							
	Flexibilidad								
	18	Los trabajadores son flexibles para adecuarse a los cambio en el servicio.							
GARANTIA	Confianza								
	19	La conducta de los trabajadores le transmite confianza.							
	Seguridad								
	20	La RENIEC le da seguridad en el servicio que le ofrece.							
	Amabilidad								
	21	Los trabajadores siempre denotan amabilidad (antes, durante y después del servicio).							
	22	Los trabajadores muestran gentileza en todo momento.							
	Conocimiento								
	23	Los trabajadores tienen los suficientes conocimientos para responder las preguntas que se les formule.							
24	Los trabajadores actúan con precisión y brindan soluciones concretas.								
EMPATIA	Atención individualizada								
	25	Los trabajadores ofrecen una atención particular en función a los problemas que se generen.							
	Horarios convenientes								
	26	La RENIEC dispone de horarios adecuados para la realización del servicio.							
	Atención personalizada								
	27	Los trabajadores ofrecen una atención acorde a lo requerido por el cliente.							
	28	Los trabajadores ofrecen un servicio personalizado y de calidad.							
	Interés								
	29	Los trabajadores velan por los interés de los usuarios. (Cuidado de los bienes encomendados)							
Comprensión de las necesidades									
30	Los trabajadores comprenden las necesidades específicas del servicio.								

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres del validador: _____
 1.2. Cargo e institución donde labora: _____
 1.3. Especialidad del validador: _____
 1.4. Nombre del instrumento: _____
 1.5. Título de la investigación: _____
 1.6. Autor del instrumento: _____

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

CRITERIOS	INDICADORES	Deficiente 00-20%	Regular 21-40%	Buena 41-60%	Muy buena 61-80%	Excelente 81-100%
1. Claridad	Esta formulado con lenguaje apropiado y específico.					
2. Objetividad	Esta expresado en conductas observables.					
3. Actualidad	Adecuado al avance de la ciencia y tecnología.					
4. Suficiencia	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					
5. Intencionalidad	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias.					
6. Consistencia	Basados en aspectos teóricos-científicos					
7. Coherencia	Entre los índices, indicadores y dimensiones.					
8. Metodología	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					
9. Pertinencia	El instrumento es funcional para el propósito de la investigación.					
PROMEDIO DE VALIDACIÓN						

PERTINENCIA DE LOS ÍTEMS O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO

Primera Variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			

Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			
Ítem 19			
Ítem 20			

La evaluación se realiza de todos los ítems de la primera variable

Segunda variable:

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			
ítem 19			
ítem 20			
ítem 21			
ítem 22			
ítem 23			
ítem 24			
Ítem 25			
Ítem 26			
Ítem 27			
Ítem 28			
Ítem 29			
Ítem 30			

La evaluación se realiza de todos los ítems de la segunda variable

III. PROMEDIO DE VALORACIÓN: _____%. V: OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

- () El instrumento puede ser aplicado, tal como está elaborado
 () El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado.

Lugar y fecha:

Firma del experto informante.

DNI. N° _____ Teléfono N° _____

Validez de la variable: Factores motivacionales del desempeño

**Tabla N° 13: Validación por juicio de expertos primera variable:
Factores motivacionales del desempeño**

VARIABLE – FACTORES MOTIVACIONALES DEL DESEMPEÑO						
CRITERIOS	EXPERTO N° 1	EXPERTO N° 2	EXPERTO N° 3	EXPERTO N° 4	EXPERTO N° 5	
CLARIDAD	75%	78%	80%	75%	75%	383%
OBJETIVIDAD	75%	78%	80%	75%	75%	383%
PERTINENCIA	75%	78%	80%	75%	75%	383%
ACTUALIDAD	75%	78%	80%	75%	75%	383%
ORGANIZACIÓN	75%	78%	80%	75%	75%	383%
SUFICIENCIA	75%	78%	80%	75%	75%	383%
INTENCIONALIDAD	75%	78%	80%	75%	75%	383%
CONSISTENCIA	75%	78%	80%	75%	75%	383%
COHERENCIA	75%	78%	80%	75%	75%	383%
METODOLOGÍA	75%	78%	80%	75%	75%	383%
TOTAL						3830%

Fuente: Elaboración propia

$$CV = \frac{\sum_{i=1}^c \sum_{j=1}^k X_{ij}}{c * k} \%$$

$$CV = \frac{3830}{10 * 5} = 76,6\%$$

El promedio de validación total del instrumento de la variable factores motivacionales del desempeño logró alcanzar un 76,6% de validez, obteniendo una calificación muy bueno (61 – 80%).

Validez de la variable: Satisfacción del usuario

**Tabla N° 14: Validación por juicio de expertos segunda variable:
Satisfacción del usuario**

VARIABLE – Satisfacción del usuario						
CRITERIOS	EXPERTO Nº 1	EXPERTO Nº 2	EXPERTO Nº 3	EXPERTO Nº 4	EXPERTO Nº 5	
CLARIDAD	75%	78%	80%	75%	75%	383%
OBJETIVIDAD	75%	78%	80%	75%	75%	383%
PERTINENCIA	75%	78%	80%	75%	75%	383%
ACTUALIDAD	75%	78%	80%	75%	75%	383%
ORGANIZACIÓN	75%	78%	80%	75%	75%	383%
SUFICIENCIA	75%	78%	80%	75%	75%	383%
INTENCIONALIDAD	75%	78%	80%	75%	75%	383%
CONSISTENCIA	75%	78%	80%	75%	75%	383%
COHERENCIA	75%	78%	80%	75%	75%	383%
METODOLOGÍA	75%	78%	80%	75%	75%	383%
TOTAL						3830%

Fuente: Elaboración propia

$$CV = \frac{\sum_{i=1}^c \sum_{j=1}^k X_{ij}}{c * k} \%$$

$$CV = \frac{3830}{10 * 5} = 76.6\%$$

El promedio de validación total del instrumento satisfacción del usuario alcanzó un 76.6 % de validez, obteniendo una calificación muy bueno (61 – 80%).

A continuación se menciona a los cinco expertos que participaron en la validación del instrumento.

Tabla N° 15: Expertos de validación de los cuestionarios Factores motivacionales y satisfacción del usuario

Experto N° 1	Dra. Cecilia Plascencia Mariños
Experto N° 2	Mg. Manuel Sevilla Angelats
Experto N° 3	Mg. Janice Vela Reátegui
Experto N° 4	Mg. Marco Candia Menor
Experto N° 5	Mg. Romeo Paca Pantigoso

Fuente: Elaboración propia