



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS
PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT
TURÍSTICO EL TIO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023.

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

AUTOR

CHANG CASTILLO, FELIX ANTONIO

ORCID: 0000-0001-5589-8338

ASESOR

DR. CENTURION MEDINA, REINERIO ZACARIAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Chimbote – Perú

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0041-062-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **17:10** horas del día **08** de **Enero** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL Presidente
ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA Miembro
LLENQUE TUME SANTOS FELIPE Miembro
Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURÍSTICO EL TIO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023.**

Presentada Por :
(0412101001) **CHANG CASTILLO FELIX ANTONIO**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **14**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciado en Administración Turística.**

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
Presidente

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA
Miembro

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Miembro

Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURÍSTICO EL TIO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023. Del (de la) estudiante CHANG CASTILLO FELIX ANTONIO , asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 12% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 02 de Abril del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

Dedicatoria

A mi familia, el pilar de mi vida. Por el cual lucho día a día, que son el motor que impulsa para seguir adelante y no rendirme.

A mis padres quienes son el motivo por el cual me esfuerzo tanto en la vida para darles lo mejor

Agradecimiento

En primer lugar, a Dios, por la salud, la vida y el poder estudiar, y culminar satisfactoriamente el trabajo de investigación.

A mi madre, por el esfuerzo, colaboración, aliento y apoyo constante durante mi carrera y desarrollo de la investigación.

Índice General

| | |
|---|------|
| Carátula..... | I |
| Acta de Sustentación | II |
| Constancia de Evaluación de Originalidad..... | III |
| Dedicatoria..... | IV |
| Agradecimiento | V |
| Índice general | VI |
| Lista de tablas | VIII |
| Lista de figuras | IX |
| Resumen | X |
| Abstract..... | XI |
| I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA | 1 |
| II. MARCO TEÓRICO | 4 |
| 2.1 Antecedentes | 4 |
| 2.2 Bases teóricas | 11 |
| 2.3 Hipótesis | 19 |
| III. METODOLOGÍA..... | 20 |
| 3.1 Nivel, Tipo y diseño de Investigación | 20 |
| 3.2. Población y Muestra | 21 |
| 3.3 Variables. Definición y Operacionalización..... | 22 |
| 3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de información | 23 |
| 3.5. Método de análisis de datos..... | 23 |
| 3.6. Aspectos éticos | 24 |
| IV. RESULTADOS | 26 |
| V. DISCUSIÓN | 38 |
| VI. CONCLUSIONES | 54 |
| VII. RECOMENDACIONES | 55 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 56 |

| | |
|---|----|
| ANEXOS | 61 |
| Anexo 01. Matriz de Consistencia | 61 |
| Anexo 02. Instrumento de recolección de información | 62 |
| Anexo 03. Validez del instrumento | 64 |
| Anexo 04. Confiabilidad del instrumento | 79 |
| Anexo 05. Formato de Consentimiento Informado | 80 |
| Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información..... | 81 |
| Anexo 07. Evidencias de ejecución (base de datos, declaración jurada) | 82 |

Lista de tablas

| | |
|---|----|
| Tabla 1. Características del reclutamiento de personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. | 26 |
| Tabla 2. Características de las pruebas de selección del personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. | 28 |
| Tabla 3. Características del proceso de contacto con el cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. | 30 |
| Tabla 4. Características del proceso de resolución al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. | 32 |
| Tabla 5. Características del proceso de finalización de la atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. | 34 |
| Tabla 6. Propuesta de mejora de la selección de personal para mejorar los procesos de atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023 | 36 |

Lista de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1. Características del reclutamiento de personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. | 27 |
| Figura 2. Características de las pruebas de selección del personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. | 29 |
| Figura 3. Características del proceso de contacto con el cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. | 31 |
| Figura 4. Características del proceso de resolución al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. | 33 |
| Figura 5. Características del proceso de finalización de la atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. | 35 |

Resumen

La investigación planteó como objetivo general; determinar las características de la selección de personal para mejorar los procesos de atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023; el tipo de investigación fue cuantitativo, nivel descriptivo, de diseño No experimental de corte transversal, se tomó una población muestral de 8 trabajadores; para recopilar la información se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario de 20 preguntas en escala de Likert, los resultados fueron: El 75.00% menciona que casi siempre se aplica el reclutamiento interno, el 100.00% menciona que nunca se ha utilizado páginas web empresarial para reclutar personas, el 75.00% menciona que casi siempre se realizan pruebas psicológicas, el 100.00% menciona que nunca la empresa explico los resultados positivos y negativos que ha presentado durante la evaluación psicológica, el 100.00% considera que nunca se ha acercado al cliente para darle un saludo cordial, el 62.50% menciona que rara vez frente a una queja o problema, muestra un sincero interés en solucionarlo, el 100.00% nunca se ha despedido del cliente de una manera amable. Se concluye que el restaurante en estudio aplica el reclutamiento interno a través de ascensos los cuales son en base a su desempeño; sin embargo, no utiliza una página web para reclutar a trabajadores externos; además el personal a pesar que sí resuelve las dudas o inquietudes de cliente no mostraron un sincero interés en la solución.

Palabras clave: Procesos de atención, selección de personal, propuesta de mejora.

Abstract

The research proposed as a general objective; determine the characteristics of personnel selection to improve the customer service processes of the Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, year 2023; The type of research was quantitative, descriptive level, non-experimental cross-sectional design, a sample population of 8 workers was taken; To collect the information, the survey technique was applied and as an instrument a questionnaire of 20 questions on a Likert scale, the results were: 75.00% mention that internal recruitment is almost always applied, 100.00% mention that it has never been used business websites to recruit people, 75.00% mention that psychological tests are almost always carried out, 100.00% mention that the company never explained the positive and negative results that it has presented during the psychological evaluation, 100.00% consider that it has never approached to the client to give them a cordial greeting, 62.50% mention that rarely, when faced with a complaint or problem, they show a sincere interest in solving it, 100.00% have never said goodbye to the client in a friendly manner. It is concluded that the restaurant under study applies internal recruitment through promotions which are based on their performance; However, it does not use a website to recruit external workers; Furthermore, the staff, although they do resolve the customer's doubts or concerns, did not show a sincere interest in the solution.

Keywords: Care processes, personnel selection, improvement proposal.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Si bien es cierto las Mypes que son bien administradas por sus dueños son las que sobresalen frente a la competencia; existe una mayoría que no administran correctamente sus recursos, en este sentido muchas de ellas presentan errores en los procesos de atención al cliente por parte del trabajador encargado del servicio, además los administradores no realizan una buena selección del personal por ende no logran contar con un trabajador que cumpla con todas las capacidades y habilidades para el puesto; no obstante este problema se da en todas partes del mundo, como por ejemplo:

En España el error que cometen las pymes es que no cumplen con lo prometido al cliente, debido a la falta de procesos eficientes en la atención al cliente, es decir cuando un agente le dice a un cliente que le dejará en espera brevemente, resulta frustrante que el agente de atención al cliente no le informe de vez en cuando acerca de cuándo se resolverá el problema, por lo que es necesario también capacitar a los encargados del servicio; cabe resaltar que estos problemas se presentan a pesar que en los últimos años, las PYMEs han demostrado su capacidad para adaptarse a los cambios del mercado y aprovechar nuevas oportunidades de negocio (Martínez, 2018).

Por otro lado, en México, en principal el error que se comete es que los encargados del proceso de selección de personal no cuentan con buenos procesos de reclutamiento e inducción, además no se capacita al personal para la atención al cliente, en este sentido 7 de cada diez empresas no impartieron capacitación a sus empleados por asegurar que ya contaban con las habilidades adecuadas o porque el coste de ello es elevado (INEGI, 2022)

En Ecuador los gerentes es que no cuentan con manuales o procedimientos de selección al personal además ofrecen falsas expectativas laborales, por ende, los mejores talentos optan por no seguir el proceso de selección; cabe decir que el proceso de reclutamiento debe ser siempre transparente, puesto que presentar falsas expectativas a los futuros empleados solo va a conseguir que estos se sientan engañados por la organización. Hecho que, por otro lado, desencadenará una dimisión o un bajo rendimiento; así como en las posibilidades de crecimiento laboral; Además esto impide que se mejoren los procesos internos de atención al cliente ya que el personal contratado es poco productivo y no busca la satisfacción del cliente (Heredia et al., 2020).

De igual forma en el Perú lo representantes de las MYPES no brindan una buena atención al cliente, además no gestionan adecuadamente el procesos de selección de personal, por lo cual no definen adecuadamente las necesidades de la empresa, por ejemplo: No es raro el caso en el que contratan a un licenciado en mercadotecnia para mejorar la presencia digital de la marca y al cabo de tres meses se dan cuenta de que en realidad se necesitaba un diseñador gráfico que diera forma al contenido audiovisual para las redes sociales (Cenepa, 2022).

Por lo mencionado es necesario resaltar la importancia de la atención al cliente, pues las Mypes deben colocar todos sus esfuerzos en selección personas adecuadas para ocupar puestos de servicio, en este sentido en Lima la población considera que la calidad atención al cliente influye en un 60% en la decisión de compra de un producto/servicio, por ende, es vital que las Mypes conozcan los aspectos más importantes que los limeños consideran que debe reunir un buen servicio y atención. Y entre estos están el conocimiento de los productos que comercializan, la amabilidad de los empleados, y la rapidez en la atención (Lauz, 2019).

Finalmente, del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023, se desconoce si están aplicando una buena atención al cliente y selección de personal, por ende, se plantea el siguiente enunciado: ¿Cuáles son las características del reclutamiento de personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023?; y como problemas específicos: ¿Cuáles son las características de la etapa de preparatoria del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023?. ¿Cuáles son las características de las pruebas de selección del personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023?; ¿Cuáles son las características del proceso de contacto con el cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023?. ¿Cuáles son las características del proceso de resolución al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023?; ¿Cuáles son las características del proceso de finalización de la atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023?; ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de la de la selección de personal para mejorar los procesos de atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023?.

Para resolver el problema se planteó el siguiente objetivo general: Determinar las características de la selección de personal para mejorar los procesos de atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023; y como objetivos específicos: Describir las características del reclutamiento de personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. Describir las características de las pruebas de selección del

personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. Determinar las características del proceso de contacto con el cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. Describir las características del proceso de resolución al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. Determinar las características del proceso de finalización de la atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la de la selección de personal para mejorar los procesos de atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

La investigación tiene relevancia teórica, debido a que se basó en el conocimiento de los diversos métodos de los procesos atención al cliente y el conocimiento de las herramientas de selección del personal para lograr la satisfacción de compra en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma. Este trabajo estudia la atención al cliente por medio de las capacidades internas del trabajador y la selección de personal a través de estrategias de reclutamiento, inducción y capacitación. Tiene una importancia práctica, puesto que fue de conocimiento y aplicación para el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, con la finalidad de mejorar el nivel de satisfacción del consumidor, efectuando para ello mejoras en la atención a los clientes y la selección de personal, es decir logrando colocar a personal idóneo en las áreas de la empresa estos serán más eficiente en el trato con los clientes; además sirvió de base para otros investigadores para identificar las debilidades respecto a la atención de los clientes y al mismo tiempo identificar los aspectos que impiden una satisfacción de compra de los clientes; finalmente se justificó de forma metodológica, debido a que para el logro de los objetivos se aplicó un estudio de tipo descriptivo, porque describe las características de los procesos atención al cliente y selección de personal. Se buscó conocer y dar respuesta a la situación actual por la que el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma. Para ello, y para recopilar dicha información se hizo uso de la técnica la encuesta y como instrumento se aplicó un cuestionario, el cual fue validado por tres jueces expertos en la carrera de administración.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Internacionales

Ayala (2019) en su tesis para licenciatura de la Universidad Andina Simón Bolívar. Titulado *Propuesta de un Sistema para el reclutamiento, selección e inducción de personal de la microempresa Coffee Service Cía. Ltda., de la ciudad de Quito*, planteó como objetivo determinar cómo influye la inexistencia de procesos para el reclutamiento, selección e inducción de personal, en el desempeño del talento humano que trabaja en Coffee Service Cía. Ltda. de la ciudad de Quito. Para asegurar la confiabilidad de la información recolectada y de los resultados obtenidos, se aprovechó que Coffee Service es una compañía pequeña administrada por una sola familia, para trabajar con la totalidad de la población; en la actualidad está compuesta por sus colaboradores que ascienden a 12 personas, para recopilar la información se aplicó la técnica de la encuesta y su instrumento un cuestionario de 9 ítems en escala de Likert; en donde los resultados fueron: El 67% está totalmente de acuerdo en que la compañía realiza planificación de recursos humanos para identificar las necesidades actuales y futuras de personal que necesitará para lograr sus objetivos, el 76% considera que se realiza un análisis de los puestos de trabajo, para conocer y registrar información detallada de aspectos como: funciones a desempeñar, condiciones de trabajo, experiencia, formación y habilidades que se requieren por puesto, el 62% indica que la compañía cuenta con descriptivos de cargos con la explicación y definición de las funciones, conocimientos, experiencia y perfil (requisitos) que debe cumplir el trabajador que ocupe un puesto de trabajo, el 68% considera que las personas que realizan el reclutamiento de personal están capacitadas y tienen claro el procedimiento a seguir para que el proceso de admisión sea eficaz, el 87% consideran que se utilizan varias fuentes (anuncios, recomendaciones, base de datos, bolsa de empleo, universidades) para atraer nuevo personal y cubrir vacantes, el 56% indican que los métodos de selección de personal empleados por Coffee Service evalúan correctamente a los candidatos para un puesto, el 78% indican que en el proceso de selección siempre interviene el área o jefatura donde trabajará el candidato al puesto de trabajo, el 87% explican que se cuenta con evaluaciones de conocimientos, psicológicas, psicotécnicas, etc. acorde al puesto de trabajo que se va a cubrir, el 54% considera que las entrevistas de selección realizadas, contienen una preparación o se cuenta con una estructura a seguir que permita obtener información relevante de cada candidato, el 78% explican que siempre se le da importancia necesaria a la fase de verificación de referencias y autenticidad

de información de la hoja de vida del candidato, el 54% consideran que la decisión de selección con los resultados finales del proceso es sustentada mediante un informe u otra herramienta interna, el 87% indican que la empresa tiene como práctica realizar exámenes médico ocupacionales al personal nuevo, para comprobar las condiciones de salud física, mental y social antes de su contratación. Concluyendo que: La administración y gestión del talento humano en la compañía es llevada de una manera aislada e informal, además al carecer de procesos definidos y prácticas que visibilicen una gestión formal del talento humano, menoscaba el desempeño de los colaboradores; y, por último; para que la compañía obtenga mejoras importantes, debe existir una sensibilización, respecto a la importancia de incorporar políticas y procesos que organicen y mejoren su gestión empresarial.

Altamirano y Moncayo (2019) en su tesis de licenciatura de la Universidad Internacional del Ecuador. Titulado *El diseño de un modelo de selección de personal por competencias para el área de Recursos Humanos del Banco Guayaquil, en la ciudad de Quito*, menciona que el principal objetivo de esta investigación fue realizar el diseño de un modelo de selección de personal por competencias para el área de Recursos Humanos del Banco de Guayaquil. La metodología fue de tipo descriptivo-exploratoria y diseño no experimental. La población fue conformada por todos los colaboradores que trabajan en la misma institución Banco Guayaquil, un total de 200 personas, y de las cuales 131 fueron consideradas como muestra. A quienes se les aplicó con el instrumento cuestionario de 11 preguntas mediante la técnica de la encuesta. Los resultados de la investigación indican que 66% de los encuestados le gustaría que se dé un reclutamiento principalmente de manera externa y poder darles la oportunidad a nuevas personas, mientras que el 34% menciona que la mejor opción es el reclutamiento interno porque brinda oportunidades a quienes ya están conscientes del ambiente laboral. El 100.00% de los trabajadores menciona que la empresa cuenta con un Manual de reclutamiento y selección. El 73.78% del personal menciona que se realizaron pruebas de conocimiento del acuerdo al perfil del puesto. El 68.98% de los trabajadores menciona que la entrevista de selección ha sido realizada de acuerdo al puesto e información requerida. El 83.76% del personal menciona que han realizado el proceso de inducción dentro de la empresa. El 79.45% de los trabajadores considera que el tiempo empleado en la inducción es el adecuado. La investigación llegó a la conclusión de que la implementación del nuevo modelo de selección de personal por competencias contribuirá al área de Recursos Humanos del Banco Guayaquil el aumento del rendimiento de los colaboradores, lo que es una ventaja para la mejora de la atención al cliente.

Campoverde (2021) en su tesis de licenciatura de la Universidad de Guayaquil. Titulado *Atención al cliente en el servicio de A y B del Hotel Wyndham Garden para la implementación de estrategias de fortalecimiento y bioseguridad*. Tuvo como objetivo general: analizar el servicio de calidad y bebidas del Hotel Wyndham Garden, mediante la aplicación de un instrumento técnico para el diseño de una propuesta, que atienda la necesidad detectada, la metodología utilizada fue de tipo cuantitativa, nivel descriptivo, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario, con una población muestral de 378 clientes, se obtuvo los siguientes resultados: el 68% de encuestados afirma que el hotel se encuentra en constante actualización en cuanto al servicio brindado por el departamento de alimentos y bebidas, el 75% de encuestados indica que el personal hace buen uso de los protocolos, buen desenvolvimiento y buen manejo al resolver inconvenientes, el 59% de encuestados expresa que la capacidad de respuesta por parte de los colaboradores es muy buena, el 64% de encuestados manifiesta que se sienten cómodos de la seguridad brindada por parte del establecimiento, el 68% de encuestados contempla que están de acuerdo con la empatía mostrada por los trabajadores. Llegando a la siguiente conclusión: que el fortalecimiento del talento humano es fundamental para darle sentido y viabilizar los objetivos de la empresa, así mismo debe ser considerado como una prioridad ya que la atención que brindan los empleados hacia los clientes debe ser la adecuada logrando así una buena perspectiva en su desempeño y calidad de servicio.

Rivera (2019) en su tesis de maestría de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Titulado *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. Tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad del servicio ofrecido a través del modelo teórico Servqual a fin de identificar la satisfacción de los clientes exportadores de la empresa Greenandes Ecuador. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo, descriptivo – no experimental transversal, con una población de 336 clientes y una muestra de 180 clientes, además, se empleó como instrumento de recolección de datos un cuestionario de 15 preguntas y se aplicó la encuesta como técnica. Se obtuvo los siguientes resultados: el 47% manifestó que están totalmente de acuerdo que la empresa utiliza equipos de tecnología modernos, el 48% percibieron que la empresa cuenta con instalaciones físicas cómodas, atractivas y modernas, el 63% percibieron que los empleados de la empresa siempre están bien uniformados, el 60% manifestaron que se encuentran totalmente de acuerdo con la información que recibe acerca de los materiales asociados de negocios, el 46% manifestaron que están en desacuerdo con la fiabilidad del servicio de la

empresa, el 47% manifestaron que se encuentran bastante de acuerdo con el sincero interés que los empleados muestran para resolver los problemas, el 28% manifestaron que se encuentra en desacuerdo que las respuesta a tiempo desde la primera vez que contacta los servicios de la empresa, un 34 % se encuentra en desacuerdo con respecto a la entrega de documentos de exportación a tiempo, el 33% manifestaron estar en desacuerdo con el servicio en el tiempo que prometen, el 38% manifestaron que se 8 encuentran bastante de acuerdo con la información que da la empresa a los clientes con respecto a la ejecución de los servicios, el 26% se encuentran en desacuerdo con los empleados no le brindan un servicio con prontitud, el 47% se encuentra de acuerdo con la capacidad de respuesta con respecto a la resolución de problemas, el 31% manifestaron sentirse bastante de acuerdo a que los empleados no están demasiado ocupados para responder sus requerimientos, el 29% se encuentra bastante de acuerdo con respecto a que si se sienten seguro trabajando con la empresa, el 34% indicaron sentirse totalmente de acuerdo con respecto a que si los empleados son siempre amables y respetuosos. La investigación concluyó que permitió conocer las diferencias que existen entre las percepciones y expectativas de la calidad del servicio de la empresa estudiada y la insatisfacción que la misma representa para los clientes. Además, permitió conocer con exactitud qué es lo que realmente esperan los clientes al momento de contratar los servicios, y que es lo que la empresa está haciendo a fin de mejorar la experiencia de la calidad de servicio.

Nacionales

De la Cruz (2020) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Titulado *Selección de personal en las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes económicos: caso Isabel, distrito Los Morochucos, Ayacucho, 2020*, tuvo como objetivo general: Determinar las características de la selección de personal en las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes económicos: caso Isabel, distrito los Morochucos, Ayacucho, 2020. La metodología desarrollada fue de diseño no experimental de corte transversal - descriptivo. La población y la muestra de la investigación estuvo conformada por 8 trabajadores del restaurante Isabel, a quienes se les aplico con el instrumento cuestionario de 9 preguntas mediante la técnica de la encuesta, obteniendo los siguientes resultados fueron: El 76% de los trabajadores consideran que la empresa a veces realiza el proceso de selección según los requisitos del puesto vacante, El 76% manifiestan que la empresa a veces utiliza medios externos como los avisos publicitarios para atraer aspirantes, El 76% de los encuestados consideran que la empresa casi nunca se interesa de sus

antecedentes académicos, El 38% de los trabajadores manifiesta que la empresa a veces realiza una entrevista preliminar informándole sobre la naturaleza del trabajo, el horario, la remuneración, El 50% de los trabajadores consideran que la empresa a veces y casi siempre solicita la presentación de su Curriculum Vitae, El 50% de los encuestados señala que a veces en la entrevista personal la empresa toma en cuenta las pruebas psicológicas, la ética humana y la ética profesional para la decisión final, El 87% de los encuestados señala que a veces la empresa emplea un periodo de prueba para los aspirantes del puesto, El 87% de los trabajadores consideran que a veces al ser seleccionado la empresa le informó correctamente las funciones al cargo por el que está postulando, el 50% de los encuestados consideran que a veces la empresa realiza constante monitoreo de sus actividades laborales. Por lo tanto, se concluye que debido a que la mayoría de los encuestados consideran que la selección del personal en el restaurante Isabel es regular, se puede manifestar que esta empresa no cuenta con un óptimo proceso de selección de personal, debido a que más de la mitad de los colaboradores no están conforme con la ejecución de este proceso.

Iglesia (2022) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Titled *Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote, 2022*. La siguiente investigación tuvo como objetivo general: Determinar si la propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente permite un funcionamiento óptimo de las micro y pequeñas empresas, sector servicios rubro restaurantes de la Avenida Brasil del Distrito de Nuevo Chimbote, 2022. La investigación fue de diseño no experimental-transversal -descriptivo- de propuesta. Para el recojo de información se utilizó una población de 08 representantes de micro y pequeñas empresas a quienes se le aplicó un cuestionario de 14 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 100% de los representantes asumen que la gestión de calidad siempre contribuye a mejorar el rendimiento del negocio. El 100% de los representantes informan que siempre están mejorando la calidad de su platillo. El 87.50% de los representantes indican que siempre planifican sus actividades antes de llevarlas a cabo. El 87.50% de los representantes manifiesta que siempre se tiene una buena comunicación con sus colaboradores. Donde se concluye que la totalidad de los representantes afirman que la gestión de calidad siempre contribuye el rendimiento del negocio y que constantemente se encuentran mejorando la calidad del platillo para fidelizar clientes, asimismo la mayoría

tiene una buena comunicación con sus colaboradores. Y que mayormente se planifica las actividades antes de llevarlas a cabo.

Regionales y/ o Locales

Huamán (2022) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Titulado *Propuesta de mejora de marketing y selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Chimbote, 2022*; tuvo por objetivo general: Determinar si la propuesta de mejora de marketing y selección de personal permite un óptimo funcionamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, del Distrito de Chimbote, 2022. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo – de propuesta. Se utilizó una población y muestra de 20 representantes de las micros y pequeñas empresas a quienes se le aplicó un cuestionario de 20 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 65% de los representantes señala que no aplica herramientas del marketing. El 50% de los representantes señala que no conoce las estrategias del marketing. El 60% de los representantes señala que no conoce el proceso del marketing. El 50% de los representantes señala que el marketing no beneficia a la empresa. El 50% de los representantes no utiliza técnicas para conocer las actitudes de los postulantes. El 60% de los representantes rara vez brindan facilidades. El 55% de los representantes señala que a veces podrían aplicar la prueba la psicometría. El 75% de los representantes señala que solo a veces recluta a sus trabajadores. El 79.41% del personal considera que el proceso de selección cumplió con los objetivos, metas y expectativas esperadas. El 72.56% de los trabajadores menciona que se realizaron exámenes médicos. El 100.00% del personal menciona que la institución posee un manual de perfiles de puesto para cada posición. El 76.45% de los trabajadores menciona que la institución utiliza varios medios para publicar el anuncio de las plazas vacantes. El 83.78% del personal menciona que se realizaron pruebas psicológicas en la selección de personal. Esta investigación concluye de la siguiente manera: Los micro empresarios no ven la importancia de aplicar capacitaciones para evitar tener pérdida de clientes, no ejecuta conocimientos en marketing y selección de personal para un mejor desarrollo de la empresa, contando con personal capacitado en selección de personal.

Huanchaco (2020) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Titulado *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020*; tuvo como objetivo

general: Formular una propuesta para mejorar la atención al cliente como factor relevante que permite una gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos distrito de Casma, 2020. La metodología utilizada fue de diseño no experimental –transversal- descriptivo, se utilizó una población de 40 mypes y una muestra de 20, a quienes se les aplicó un cuestionario de 17 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo como resultados: el 55% de los representantes de las mypes de sector servicios rubro restaurante de Casma tiene entre 31 a 50 años, el 50% son de género femenino, el 65% de las personas que trabajan en la empresa son sus familiares, el 75% de tiene un conocimiento malo sobre la atención al cliente, el 50% cree que es importante la atención al cliente. De esta forma se concluye que las mypes de Casma están pasando por problemas de conocimiento en calidad y atención al cliente por lo que es importante aplicar estrategias que mejorar el conocimiento teórico y aplicación de la calidad de gestión en la atención al cliente.

Mendoza (2019) en su tesis de licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Titulado *Caracterización de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental de la Avenida Gamarra, distrito de Casma, 2019*; tuvo como objetivo general: Identificar las características de la atención al cliente como factor relevante en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental de la avenida Gamarra, Distrito de Casma, 2019; la investigación es de tipo cuantitativa, descriptiva de diseño no experimental- transversal. Para la recopilación de la información se ubicó 10 micro y pequeñas empresas del distrito de Casma; en las cuales se aplicó un cuestionario conformado de 23 preguntas cerradas. Los resultados fueron que: El 76% de los trabajadores consideran que la empresa a veces realiza el proceso de selección según los requisitos del puesto vacante. El 76% manifiestan que la empresa a veces utiliza medios externos como los avisos publicitarios para atraer aspirantes. El 38% de los trabajadores manifiesta que la empresa a veces realiza una entrevista preliminar informándole sobre la naturaleza del trabajo. El 50% de los trabajadores consideran que la empresa a veces y casi siempre solicita la presentación de su Curriculum Vitae. El 50% de los encuestados señala que a veces en la entrevista personal la empresa toma en cuenta las pruebas psicológicas, la ética humana y la ética profesional para la decisión final. Se concluye en identificar, establecer, determinar y estipular las

características de atención al cliente como factor relevante en la mejora de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas.

2.2. Bases teóricas

Variable 1: Selección del personal

La selección de personal es el proceso a través del cual una empresa busca un nuevo empleado o empleada para cubrir un puesto laboral desocupado recientemente, o para una vacante que se acaba de abrir en la organización. De acuerdo con Louffat (2018) indica que:

Parte de la competitividad de una empresa se encuentra en su equipo de trabajo. Así que cada miembro es crucial para aportar un toque de creatividad, soluciones, ingenio e inteligencia que optimicen el funcionamiento de tu negocio. Por ello atraer el mejor talento a tu organización también es parte de una estrategia empresarial. Entonces, el proceso de reclutamiento consiste en hallar un nuevo colaborador con las habilidades y requerimientos indispensables para desempeñar las funciones de la vacante. Por supuesto, no es un proceso sencillo, pues deberás examinar a todos los candidatos y descartar a aquellos que no cumplan con las habilidades y experiencia solicitadas.

La selección de personal es un proceso estratégico de recursos humanos. Puesto que, al evaluar a los candidatos, introduce las variables que la empresa considera más adecuadas para cubrir un puesto de trabajo. Estas variables pueden ser: competencias del candidato, habilidades, experiencia. Todas ellas tendrán un impacto importante en el crecimiento de la plantilla de la empresa, y, por tanto, en su destino.

Dimensión 1. Reclutamiento

El reclutamiento es un conjunto de procesos usados en el proceso de convocatoria de personas aptas para un determinado tipo de actividad. Es un concepto muy usado tanto en el ámbito militar como en el laboral, y en todos los ámbitos en los que se requiera suplir una o varias vacantes. El reclutamiento es el primer paso para atraer personas interesadas en un puesto de trabajo. El número de postulantes que acuden puede ser mayor al número de cupos, por ello, lo siguiente será realizar la selección más apropiada, según los requerimientos y competencias solicitadas por la entidad o empresa (Bello (2020).

Indicador 1. Reclutamiento interno

El reclutamiento interno generalmente se proyecta cuando una organización busca cubrir una vacante o si la cultura de la empresa necesita un cambio. Es cuando una empresa promueve activamente el rol entre la fuerza laboral, fomentando las solicitudes internas. Algunas empresas intentan desarrollar estrategias de promoción interna para impulsar el

proceso de contratación, pero necesitan planificar una estrategia. Los mandos intermedios y las empresas a menudo fracasan por no dedicar el tiempo y el esfuerzo necesarios para desarrollar a su propio personal (Mendoza, 2022).

Indicador 2. Reclutamiento externo

Proceso que tiene como objetivo la selección de un candidato o candidata, para una vacante, que no pertenece al equipo de la empresa. Este tipo de reclutamiento sigue siendo el modelo más tradicional de selección y adquisición de nuevos talentos. El servicio de reclutamiento externo está basado en distintos métodos y se nutre de diversas fuentes y canales. De acuerdo con Ramírez (2020) algunos de los más habituales son:

Headhunting: buscadores de talento especializado. Normalmente se asocia al talento senior. Social recruiting: captación de talento gracias al poder de viralización de una oferta que tienen las redes sociales. Sobre todo, la red profesional por excelencia, LinkedIn.

Plataformas de búsqueda de empleo o portales de empleo: plataformas especializadas que ponen en contacto a empresas con candidatos y candidatas.

Outsourcing o externalización: es decir, confiar a una empresa especializada todo el ciclo de selección. Desde la captación a la contratación. Esta opción permite aligerar las tareas de los empleados y empleadas in house de Recursos Humanos.

Ferias de empleo: en estos eventos participan varias empresas, que presentan todas sus vacantes disponibles, así como las ventajas de trabajar en esa empresa. Esto se hace con una doble intención: por un lado, buscar talento y, por el otro, promocionar su propia marca.

Dimensión 2. Pruebas de selección

Las pruebas de selección de personal son una manera sistemática y estandarizada de evaluar las cualidades de los aspirantes a un puesto laboral. La empresa plantea ejercicios o exámenes para medir aspectos como la personalidad, habilidades cognitivas, conocimientos y comportamientos de los candidatos. Esto permite obtener información objetiva y confiable sobre las capacidades, experiencia y conocimientos de los posibles empleados. Estas pruebas han evolucionado para ser una herramienta valiosa para los empleadores, brindándoles más información sobre los candidatos antes de tomar una decisión (Esquén, 2020).

Indicador 1. Pruebas de conocimiento

Junto con las pruebas de conocimiento para selección de personal, existen otras como: las pruebas técnicas, los test psicotécnicos, las evaluaciones de comportamiento y el examen médico, las cuales forman parte de la evaluación integral que realizan las instituciones, antes de aprobar la contratación del personal de nuevo ingreso. Aun cuando, existen parámetros y estándares para elaborar cada test con base en la aplicación de métodos previamente establecidos, cada empresa considera su propio perfil del cargo, como base para su elaboración. De esta manera, tanto las pruebas de conocimiento para selección de personal, como el resto de los exámenes, tienen características específicas. Por ejemplo, si una empresa se interesa en contratar una secretaria bilingüe, las pruebas de conocimiento para su reclutamiento, podrían ser las siguientes: Una prueba de dominio de herramientas informáticas y de procesamiento de datos. Un test de idiomas. La elaboración de un informe. El planteamiento de una solución para un problema propio del cargo que desempeñará (Westreicher, 2020).

Indicador 2. Pruebas psicológicas

Las pruebas psicológicas psicométricas pueden ser utilizadas por especialistas capacitados en la contratación de empleados con el objetivo de evaluar el desempeño de un candidato. Esto incluye sus habilidades, conocimientos, rasgos de personalidad, actitudes, su potencial laboral y su potencial académico (Rivero, 2020).

Variable 2: Procesos de atención al cliente

Un proceso para la atención del cliente es el conjunto de operaciones que una empresa lleva a cabo con todos sus empleados, integrando diferentes departamentos para garantizar una experiencia sólida y satisfactoria para cada cliente. De acuerdo con García (2023) manifiesta que:

El proceso va desde conocer y asistir a los clientes en sus requerimientos, tener un diálogo fluido, una respuesta rápida y eficaz a sus peticiones; hasta detectar sus necesidades para proponer acciones de mejora. La confianza de tus clientes debe renovarse continuamente y lo puedes lograr en cada compra, solicitud de información, reclamación o consulta. El objetivo del proceso de atención al cliente es proporcionar un excelente servicio a fin de garantizar la fidelización de los compradores ya conseguidos y, también, ganar nuevos usuarios. Esto es en extremo importante ya que independientemente de que nuestro producto sea de muy buena calidad, un mal servicio al cliente puede perjudicar nuestras ventas e ingresos.

Por esta razón, en el proceso de servicio al cliente es importante proporcionar las vías de comunicación necesarias para el intercambio de información entre el consumidor y la empresa. Pues, para cumplir los objetivos del servicio al cliente, se debe estar a disposición del usuario para asistirle durante el proceso de compra, solventar cualquier inconveniente y responder a posibles inquietudes.

Dimensión 1. Proceso de contacto con el cliente

El primer contacto con el cliente o contacto inicial representa el comienzo de la relación comercial entre el consumidor y la empresa. Es una de las interacciones más desafiantes y su resultado influye en toda la experiencia del cliente, puesto que la primera impresión, además de irreplicable, es duradera. De acuerdo con Zendesk (2022) explica que:

El concepto de punto de contacto se refiere a cualquier interacción entre el cliente y la empresa mediante un canal de comunicaciones y con una intención o propósito definido. La jornada del cliente está llena de puntos de contacto. Pueden encontrarse en cualquier momento del proceso de compra antes, durante y también después de concretada la venta. Por ejemplo, si en la página web de tu empresa un cliente potencial comenta sobre determinado contenido que has compartido, esta interacción constituye un punto de contacto. Uno de los puntos de contacto que posee mayor impacto en la relación entre la empresa y el consumidor, es el que ocurre cuando se produce el primer contacto con el cliente.

Indicador 1. Saludo

El saludo es un acto de cortesía, amabilidad y, sobre todo, de demostración de buenas costumbres, que tiene un gran valor simbólico al inicio de una relación profesional con su cliente. Con un saludo adecuado demostramos empatía e interés por nuestros consumidores y los hacemos sentir importantes. De acuerdo con Valls (2019) explica que:

La acción de saludar provoca en nuestro cliente varios aspectos positivos: La educación y cordialidad al recibir un saludo; poder observar que en el establecimiento el nivel de atención y preocupación por el cliente es muy alto; el cliente sabe que, si tiene alguna duda, dispone de personas que se preocupan por él y las tiene localizadas, ya que las ha visto; en más de una tienda ocurre a veces que, cuando tienes una duda, no sabes dónde está el personal para atender; el saludo también nos sirve para eludir al posible cliente que tiene alguna intención que no sea la de la compra, sino todo lo contrario (robo). Con un simple saludo podemos reducir hasta un posible robo; y el cliente, en su próxima compra en la que tenga la necesidad de

un producto de ferretería, a donde irá en primer lugar a comprar, sin duda, es el punto de venta en el que se le ha tratado bien.

Indicador 2. Tono de voz

Todo el mundo ha tenido dificultades para comunicarse claramente con los demás. La gente presta más atención al tono de voz y al lenguaje corporal que a las palabras que salen de la boca. Aunque esto puede ser útil, a veces puede jugar en contra. La comunicación escrita también tiene un tono y una voz. Si eliges expresarte de una manera que deja a los lectores incómodos, puedes perderlos antes de que puedan comprender tu mensaje. Utilizar un tono formal suele significar que te ciñes a un punto de vista en tercera persona. Este estilo es apropiado para fines informativos o educativos. Los sitios web corporativos o sin ánimo de lucro también suelen elegir este enfoque más tradicional. De acuerdo con Ugalde (2020) aportó que:

Algunos estudios indican que sólo un 7% de lo que un cliente recibe de las comunicaciones con una empresa proviene de las palabras utilizadas, y que aproximadamente un 38% lo percibe a través del tono de voz y un 55% del lenguaje corporal. Esto hace que el tono de voz empleado sea determinante para el éxito o el fracaso en el mundo de los negocios.

Indicador 3. Seguridad

La mejor manera de construir una reputación positiva para una empresa es a través de la seguridad y confianza. Cuando los clientes confían en un negocio, lo consideran creíble y quieren hacer negocios con él. Esto se traduce en una mayor promoción, lealtad y compromiso por parte de los clientes. De acuerdo con Mayorga (2021) explica que:

Transmitir seguridad al cliente puede hacer que tu capacidad de convicción aumente considerablemente, ya que ganarás su confianza mediante tu actitud y tu lenguaje. De la misma forma que no naces con el don de ser buen vendedor, sino que es cuestión de aprendizaje y de habilidad, las personas seguras tampoco tienen porqué ser extrovertidas. La seguridad se alcanza mediante una formación continua e intensa que te lleva a que, en primer lugar, seas tú mismo el que confíe en tus propias capacidades.

Dimensión 2. Procesos de resolución al cliente

Los procesos de atención al cliente son un conjunto de prácticas estandarizadas para atender consultas, problemas y sugerencias de personas que compran productos y servicios de una empresa. Una vez que hayas identificado el nivel adecuado de soporte para resolver

la situación, debes completar el proceso. Es el momento de explicar cuáles son las mejores alternativas, comparar pros y contras y dejar que el consumidor elija el camino que considere oportuno (Ariza, 2020).

Indicador 1. Fiabilidad

Es la capacidad para desempeñar el servicio prometido con formalidad y exactitud. Significa brindar el servicio en forma correcta desde el primer momento. Aquí se incluyen todos los elementos para permitirle al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de la organización. En su sentido más amplio, la confiabilidad significa el cumplimiento, por parte de la empresa de sus promesas, lo convenido acerca de la entrega, la prestación del servicio, la solución de problemas y los precios. Los clientes desean hacer negocios con las organizaciones cuando cumplen sus promesas, particularmente las relacionadas con los atributos del servicio básico (Polo, 2021).

Indicador 2. Capacidad de respuesta

Se refiere a la disposición de las empresas a prestar un servicio de orientación rápido y oportuno. Ningún cliente debe rogar para que sus inquietudes sean atendidas. De acuerdo con Nieto (2021) explica que:

En primer lugar, hay que señalar que la capacidad de respuesta está vinculada al «tiempo» y a la solución «efectiva» que la empresa debe brindar a sus clientes; es decir, tiempo de respuesta al cliente. Por tanto, las necesidades y las inquietudes de los compradores actuales y potenciales de un departamento o una empresa, deben ser respondidas con «inmediatez»; es decir, con un tiempo de respuesta promedio. En este orden de ideas, la capacidad de respuesta en el servicio al cliente, es la facultad que tiene la empresa para responder a las solicitudes de forma oportuna. Pero, ¿Qué es el tiempo de respuesta en el servicio al cliente?, tomando en consideración el espacio de tiempo desde que inicia la solicitud, se da la primera respuesta, hasta que finaliza la atención. Y, la respuesta en servicio al cliente debe ser siempre satisfactoria. Por ello debemos, concentrarnos tanto en el «tiempo» como en la «solución» de los problemas de tus clientes, de manera tal, que se le ofrezca una experiencia del cliente agradable. Si un cliente logra comunicarse de forma inmediata con tu negocio, pero no tiene una solución rápida por el tiempo que tardan en solventar, su esfuerzo no servirá de nada y no habrá satisfacción del cliente; lo ideal es ofrecer una buena experiencia en el menor tiempo posible.

Dimensión 3. Proceso de finalización

En esta etapa final, es necesario confirmar de forma expresa que la demanda del cliente ha sido satisfecha (o lo que es lo mismo, que hemos conseguido resolver los problemas) y despedirlo conforme al protocolo establecido. Es, también, el momento en que se pueden introducir las encuestas de satisfacción. Cuando una venta acaba, el principal objetivo es fidelizar al cliente utilizando estrategias de entrega de contenido, programas de lealtad o promociones exclusivas, así como invitándole a visitar nuestras redes sociales o incluso, por ejemplo, con el envío de oferta exclusiva vía SMS. La meta es crear una relación duradera para que, cuando el cliente tenga otra necesidad, piense en nosotros para resolverla. Queremos ser su marca de confianza (López, 2019).

Indicador 1. Despedida cordial

Al igual que la bienvenida, la despedida tiene una importancia crucial de cara a crear una buena relación y fidelización con el cliente, de forma que nos reporte un feedback positivo y un posterior retorno, según el caso. De acuerdo con Rumin (2019) indica que:

Saber cómo despedirse de un cliente es saber que este es un acto radical, pero hay momentos en que es necesario proteger a tu equipo. Con una medida tan extrema, es importante establecer claramente cuándo dejar ir a un cliente. El área de soporte al cliente de cualquier empresa tiene interacciones difíciles todo el tiempo. Clientes enojados, con prisa por que los atiendan, que no saben usar el producto y se desesperan, hasta clientes groseros y que gritan. Sin embargo, siempre es mejor tener retroalimentación del cliente y conocer su experiencia con el producto o servicio.

La mayoría de estas críticas pueden contribuir a una comprensión valiosa, ya sea que se hagan de manera constructiva o no. El despido de un cliente debe ser el último recurso, ya que al hacerlo estarás perdiendo también todo ese valor que tiene la retroalimentación y estarás sentando un precedente en tus servicios.

Indicador 2. Encuestas de satisfacción

La encuesta de satisfacción del cliente es una herramienta que mide el nivel de contentamiento de un consumidor con los productos, servicios y experiencia de una marca. De acuerdo con Arenal (2019) indica que:

Una encuesta de satisfacción es un estudio que sirve para medir qué tan satisfechos están los clientes y cuál es el nivel de compromiso que tienen hacia una marca, producto o servicio. Realizar una encuesta de satisfacción siempre es la mejor manera de conocer lo que opinan los clientes. Existen muchos métodos para hacer encuestas,

sin embargo, realizar una encuesta de satisfacción en línea siempre será la mejor opción, ya que es el recurso más económico, rápido y fácil. A través de una encuesta de satisfacción puedes conocer también a tus clientes insatisfechos y prevenir que abandonen tu marca, producto o servicio. Así, tendrás las herramientas para cumplir con las expectativas de tus clientes y no afectar los ingresos de tu empresa.

Marco conceptual

Procesos de atención al cliente. El proceso de atención al cliente es el conjunto de etapas o pasos que establece una empresa para encargarse de las dudas, solicitudes, quejas o problemas que tienen los usuarios. Este proceso dicta la dirección necesaria para dar una solución rápida y consistente. Las fases o etapas que se implementen en este proceso deben ser sencillas y fluidas pues su objetivo es que el cliente se sienta acompañado, escuchado y reciba una respuesta oportuna (Aguilera, 2019).

Proceso de contacto con el cliente. Se refiere al primer contacto que tiene la empresa con el consumidor, el objetivo es que por medio de un enfoque al cliente se logre capturar la demanda de este, para ello se requiere que el personal tenga un tono de voz adecuado, saludé cordialmente solicite información, debe asegurarse un trato respetuoso, demostrando seguridad en cada una de sus afirmaciones (Orellana, 2020).

Procesos de resolución al cliente. Es el proceso en donde se trata de dar respuesta a un problema técnico o bien aclarar una duda acerca del producto o servicio, en este sentido, no solo importa el qué (resolver la cuestión), sino también el cómo (la forma, la relación con los clientes). De este modo, el cliente suele apreciar en gran medida la fiabilidad (solución o reclamos, conocimiento técnico y la capacidad de respuesta (rapidez en la atención y atención de requerimientos) es decir, la propuesta de alternativas ante un problema (Orellana, 2020).

Proceso de finalización. En esta etapa final, es necesario confirmar de forma expresa que la demanda del cliente ha sido satisfecha y despedirlo conforme al protocolo establecido. Es, también, el momento en que se pueden introducir las encuestas de satisfacción. Estas encuestas deben ser breves, claras y combinar diferentes tipos de preguntas para que puedan ser un instrumento realmente útil para la empresa (Orellana, 2020).

Selección del personal. La selección de personal es el proceso a través del cual una empresa busca un nuevo empleado o empleada para cubrir un puesto laboral desocupado recientemente, o para una vacante que se acaba de abrir en la organización. Este procedimiento se compone de varias etapas que tienen como objetivo encontrar al mejor

prospecto. El éxito de cualquier organización depende de la calidad del personal que se selecciona para el trabajo. Por lo tanto, el procedimiento de selección es una de las funciones del departamento de recursos humanos más importante para la gestión de una organización. (Herranz, 2020).

Etapa preparatoria. Antes de empezar la búsqueda de posibles aspirantes, es necesario definir el perfil del candidato que ocupará el puesto de trabajo, así como las tareas que desarrollará. De esta manera, los profesionales que realizan el proceso de selección pueden identificar en el candidato los aspectos clave necesarios para desempeñar el puesto y delimitar su búsqueda (Ramírez, 2019).

Etapa de convocatoria y reclutamiento. La empresa selecciona a los posibles candidatos y los convoca a una serie de pruebas para evaluar sus competencias en relación el puesto de trabajo que desean ocupar. Se suelen hacer diversas pruebas más prácticas relacionadas con la profesión (Ramírez, 2019).

2.3 Hipótesis

En la investigación: Selección de personal para mejorar los procesos de atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023; no se planteó una hipótesis por ser de nivel descriptivo. Concordando con Gómez (2019), quien afirma en que en un trabajo descriptivo no se considera hipótesis, debido a que una investigación descriptiva es aquella que busca el qué del objeto de estudio, más que el por qué. Como su nombre lo indica, busca describir y explicar lo que se investiga, pero no dar las razones por las cuales eso tiene lugar.

III. METODOLOGÍA

3.1. Nivel, tipo y diseño de investigación

Nivel

El estudio fue de nivel descriptivo, al respecto Gómez (2019) explica que la investigación descriptiva analiza las características de una población o fenómeno sin entrar a conocer las relaciones entre ellas. La investigación descriptiva, por tanto, lo que hace es definir, clasificar, dividir o resumir. Será de nivel descriptivo, porque se describirá las características de la selección de personal para mejorar los procesos de atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023; y en base a los resultados se elaborará una propuesta de mejora.

Tipo

La investigación fue de tipo cuantitativo, al respecto Gómez (2019) indicó que la investigación cuantitativa es una estrategia de investigación que se centra en cuantificar la recopilación y el análisis de datos. Se forma a partir de un enfoque deductivo en el que se hace hincapié en la comprobación de la teoría, moldeada por filosofías empiristas y positivistas. Es decir, el estudio fue de tipo cuantitativo, porque se utilizaron instrumentos de medición y evaluación, éstos se expresaron de forma cuantitativa en porcentajes y números, lo que permitió la interpretación objetiva de los resultados que se obtuvieron en la investigación.

Diseño

En la presente investigación se utilizó el diseño no experimental-transversal

Fue No experimental, al respecto Gómez (2019) indican que se es no experimental cuando se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su relación sobre otras variables. En este sentido en el estudio se observó a las variables tal como se encentraron dentro de su contexto, sin sufrir modificaciones.

Fue Transversal, al respecto Gómez (2019) manifiesta que es de corte transversal porque recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es decir, estudio se realizó en un espacio de tiempo determinado, el cual tuvo un inicio y un fin, específicamente en el año 2023.

3.2. Población y muestra

De acuerdo con Suarez (2021) explica que la población es el grupo completo de personas sobre el que queremos obtener información. Por eso, el primer paso es determinar qué población queremos estudiar y establecer el número de personas que la componen de la forma más aproximada posible.

Población: La población estuvo constituida por 08 del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

Por su parte Suarez (2021) explica que una muestra es un subconjunto de la población que está siendo estudiada. Representa la mayor población y se utiliza para sacar conclusiones de esa población.

Muestra: La muestra estuvo constituida por 08 del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. Es decir, se tomó el 100% de la población.

Muestreo: Censal

En este sentido Suarez (2021) establece que la muestra censal es aquella donde todas las unidades de investigación son consideradas como muestra. De allí, que la población a estudiar se precise como censal por ser simultáneamente universo, población y muestra.

3.3. Variables. Definición y operacionalización

| Variables | Definición operacional | Dimensiones | Indicadores | Escala de medición | Categorías o valorización |
|---|---|--|--|--------------------|---|
| Variable 1 Selección de personal | Es un procedimiento esencial del departamento de recursos humanos el cual consiste en la elección de los profesionales que han de ocupar los puestos vacantes en la empresa. Por ello, debe ser realizado de manera objetiva y exhaustiva y por profesionales cualificados para ello (Louffat, 2018). | Reclutamiento Pruebas de selección | <ul style="list-style-type: none"> • Interno • Externo • Pruebas de conocimiento • Pruebas psicológicas | Likert | Siempre= 5 Casi siempre= 4 A veces= 3 Rara vez= 2 Nunca = 1 |
| Variable 2 Procesos de atención al cliente | El proceso va desde conocer y asistir a los clientes en sus requerimientos, tener un diálogo fluido, una respuesta rápida y eficaz a sus peticiones; hasta detectar sus necesidades para proponer acciones de mejora. La confianza de tus clientes debe renovarse continuamente y lo puedes lograr en cada compra, solicitud de información, reclamación o consulta. El objetivo del proceso de atención al cliente es proporcionar un excelente servicio a fin de garantizar la fidelización de los compradores ya conseguidos y, también, ganar nuevos usuarios (García, 2023). | Proceso de contacto con el cliente Procesos de resolución al cliente Proceso de finalización | <ul style="list-style-type: none"> • Saludo • Tono de voz • Seguridad • Fiabilidad • Capacidad de respuesta • Despedida cordial • Encuestas de satisfacción | Likert | Siempre= 5 Casi siempre= 4 A veces= 3 Rara vez= 2 Nunca = 1 |

3.4 Técnica e instrumentos de recolección de información

Técnica

Según Arias (2020) indica que la encuesta es un método utilizado para recabar información entre la población. Íntimamente relacionado con el enfoque cuantitativo, se utiliza para obtener datos en gran escala de una población determinada. Antes de meternos de lleno al tema, les presentaremos algunas definiciones que son importantes para partir de bases sólidas. La técnica que se utilizó, para recolectar información fue la encuesta, porque es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador.

Instrumento

Según Arias (2020) indica que el cuestionario es un instrumento de recolección de datos a través de una serie de preguntas que tienen el fin de recopilar información de los participantes en el estudio. Se utiliza principalmente como instrumento en las encuestas. En esta investigación, el instrumento que se empleó fue el cuestionario el cual estuvo estructurado por 20 ítems, 10 ítems para la variable: Selección de personal y 10 ítems, para la variable: Procesos de atención al cliente (Anexo 2). A su vez la confiabilidad de los cuestionarios se estimó por medio del coeficiente de Alfa de Cronbach en donde el resultado para la variable Selección de personal fue de un valor de 0.889; y para la variable procesos de atención al cliente se obtuvo una confiabilidad del 0.914; lo que indica que los instrumentos tienen una excelente confiabilidad (Anexo 6) y se realizó la validación a través de juicio de expertos en la que 3 profesionales de administración con grado de maestría o doctorado analizaron y aprobaron el cuestionario para su aplicación (Anexo 3).

3.5. Método de análisis de datos

Según Arias (2020) un plan de análisis de datos lo ayuda a reflexionar sobre los datos que recopilará, para qué los utilizará y cómo los analizará. La planificación del análisis puede ser una inversión de tiempo muy valiosa. En la investigación para el análisis de los datos recolectados se hizo uso del análisis descriptivo de las variables en estudio; se elaboraron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como figuras estadísticas.

Así mismo se utilizaron los siguientes programas informáticos: Microsoft Word: con este software se hizo posible la redacción digital y posteriores modificaciones; del mismo modo se utilizó el Acrobat Reader XI, el cual es un software gratuito que permitió leer archivos

digitales de extensión PDF, como es el caso de los antecedentes que se descargaron desde la biblioteca virtual; a su vez el Microsoft Excel, el cual fue utilizada para llevar a cabo la tabulación y la elaboración y diseño de las figuras correspondientes a los resultados obtenidos en las encuestas; así también se utilizó el programa Turnitin para hacer la verificación que no existe plagio, así como el uso del Mendeley para la generación de las referencias bibliográficas en norma APA 7ma edición; por último, el PPT para la presentación.

3.5 Aspectos éticos

La presente investigación se realizó bajo los principios éticos del Reglamento de integridad científica de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (2023):

Respeto y protección de los derechos de los intervinientes. Se protegió a las personas partícipes de la investigación respetando su privacidad, no se colocaron datos personales como números telefónicos y dirección del domicilio en el consentimiento informado y cuestionario. Asimismo, no se tomó fotografías de su imagen sin la autorización respectiva; y se comunicó a cada representante que los datos proporcionados solo tendrían fines investigativos.

Cuidado del medio ambiente. Como forma de contribución al medio ambiente, preservación de la naturaleza y evitar la tala excesiva de árboles, se aplicó el cuestionario utilizando papeles reciclados, los cuales contenían las preguntas a realizar. Además, se utilizó la energía eléctrica moderadamente, se evitó que la laptop de uso para el trabajo de investigación quede cargando por largas horas.

Libre participación por propia voluntad. El cuestionario se aplicó después de dar a conocer el propósito de la investigación, contemplado en el consentimiento informado. Además de la petición de participación hacia el representante, lectura del documento, su aceptación y firma en dicho consentimiento. También se aclararon las dudas de los encargados de la microempresa relacionadas a la información brindada con el fin de otorgarles mayor seguridad en su intervención

Beneficencia, no maleficencia. Se aclaró a los trabajadores y clientes de la microempresa en estudio, que su participación a través de la información brindada no les ocasionaría daño alguno y se respetó sus peticiones como la anonimidad de sus respuestas en el cuestionario. Además, no se interrumpió en horas de labor, se esperó a que estuvieran libres y no estén atendiendo a algún cliente, así se evitó causarles algún tipo de malestar. También se dio a conocer la importancia que tenía su participación en el trabajo de investigación, resaltando

los beneficios del conocimiento de aspectos en torno a la calidad de servicio y satisfacción del cliente y su relevancia para una administración de calidad.

Integridad y honestidad. Se trabajó con integridad y rectitud en todas las actividades y procesos de la investigación, recabando información real y veraz mediante la técnica de la encuesta y a través de la búsqueda de libros, tesis, artículos, revistas, diarios y paginas confiables que fueron empleados con mucha transparencia, honestidad y responsabilidad en la elaboración de este estudio.

Justicia. Se otorgó un trato cordial a todos los participantes de la investigación, indicándoles la causa e importancia de la encuesta y su colaboración; además, se entregó un modelo de consentimiento igual para todos y se les aplicó las mismas preguntas. También se les dio a conocer los resultados de la investigación, haciéndoles llegar una copia de la información.

IV. RESULTADOS

Tabla 1

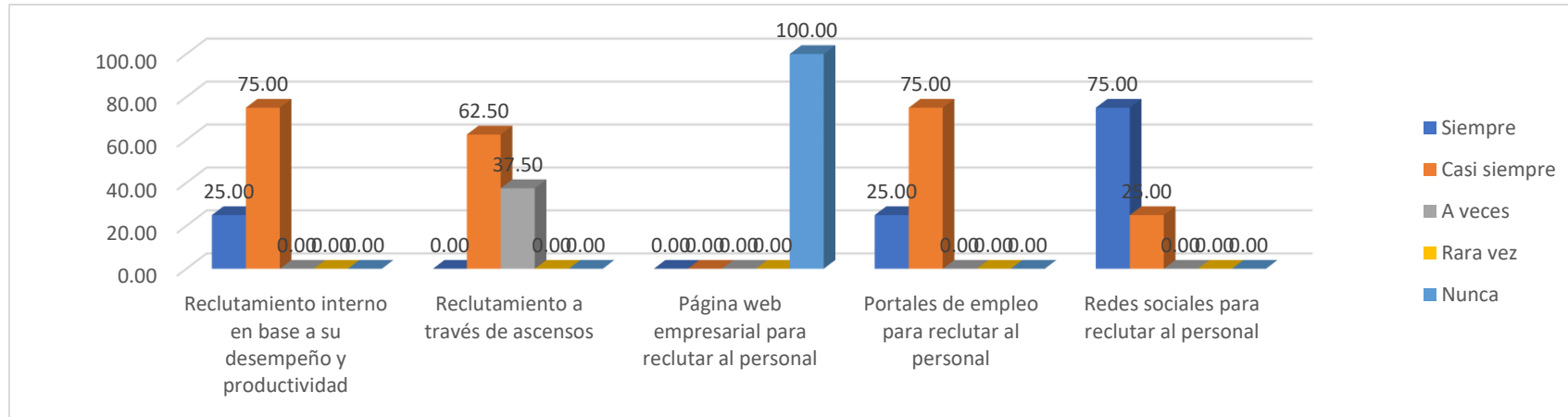
Características del reclutamiento de personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

| Características del reclutamiento | N | % |
|---|----------|---------------|
| Reclutamiento interno en base a su desempeño y productividad | | |
| Siempre | 2 | 25.00 |
| Casi siempre | 6 | 75.00 |
| A veces | 0 | 0.00 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |
| Reclutamiento a través de ascensos | | |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Casi siempre | 5 | 62.50 |
| A veces | 3 | 37.50 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |
| Página web empresarial para reclutar al personal | | |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Casi siempre | 0 | 0.00 |
| A veces | 0 | 0.00 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 8 | 100.00 |
| Total | 8 | 100.00 |
| Portales de empleo para reclutar al personal | | |
| Siempre | 2 | 25.00 |
| Casi siempre | 6 | 75.00 |
| A veces | 0 | 0.00 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |
| Redes sociales para reclutar al personal | | |
| Siempre | 6 | 75.00 |
| Casi siempre | 2 | 25.00 |
| A veces | 0 | 0.00 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

Figura 1

Características del reclutamiento de personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.



Nota: Resultados de las características del del reclutamiento de personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L.

Tabla 2

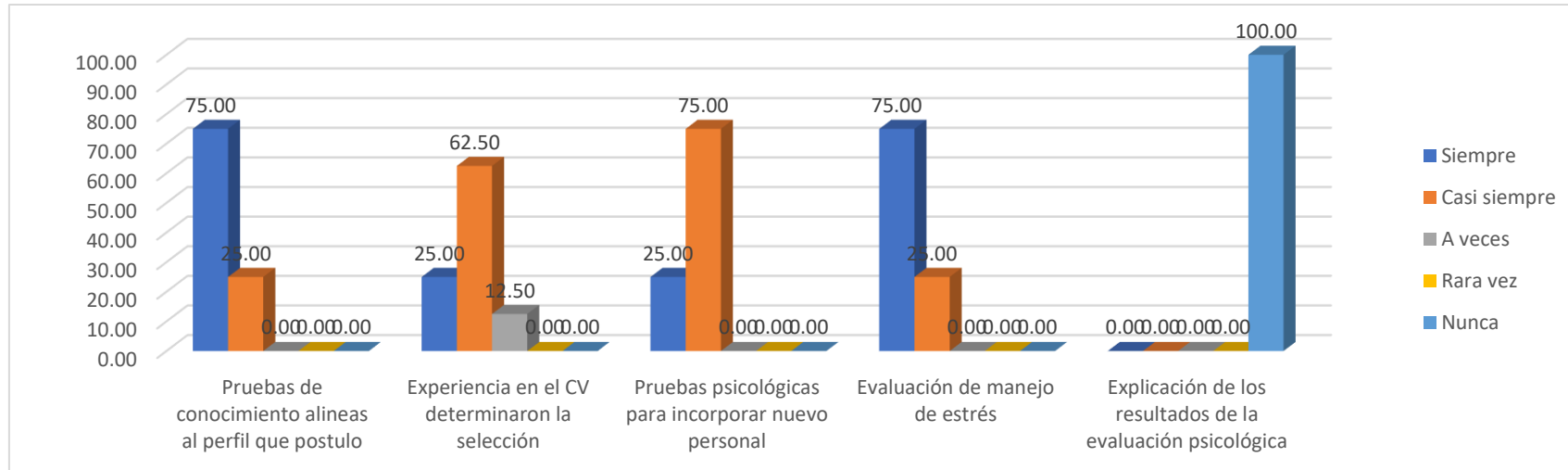
Características de las pruebas de selección del personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

| Características de las pruebas de selección del personal | N | % |
|---|---|--------|
| Pruebas de conocimiento alineas al perfil que postulo | | |
| Siempre | 6 | 75.00 |
| Casi siempre | 2 | 25.00 |
| A veces | 0 | 0.00 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |
| Experiencia en el CV determinaron la selección | | |
| Siempre | 2 | 25.00 |
| Casi siempre | 5 | 62.50 |
| A veces | 1 | 12.50 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |
| Pruebas psicológicas para incorporar nuevo personal | | |
| Siempre | 2 | 25.00 |
| Casi siempre | 6 | 75.00 |
| A veces | 0 | 0.00 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |
| Evaluación de manejo de estrés | | |
| Siempre | 6 | 75.00 |
| Casi siempre | 2 | 25.00 |
| A veces | 0 | 0.00 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |
| Explicación de los resultados de la evaluación psicológica | | |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Casi siempre | 0 | 0.00 |
| A veces | 0 | 0.00 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 8 | 100.00 |
| Total | 8 | 100.00 |

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

Figura 2

Características de las pruebas de selección del personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.



Nota: Resultados de las características de las pruebas de selección de personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L.

Tabla 3

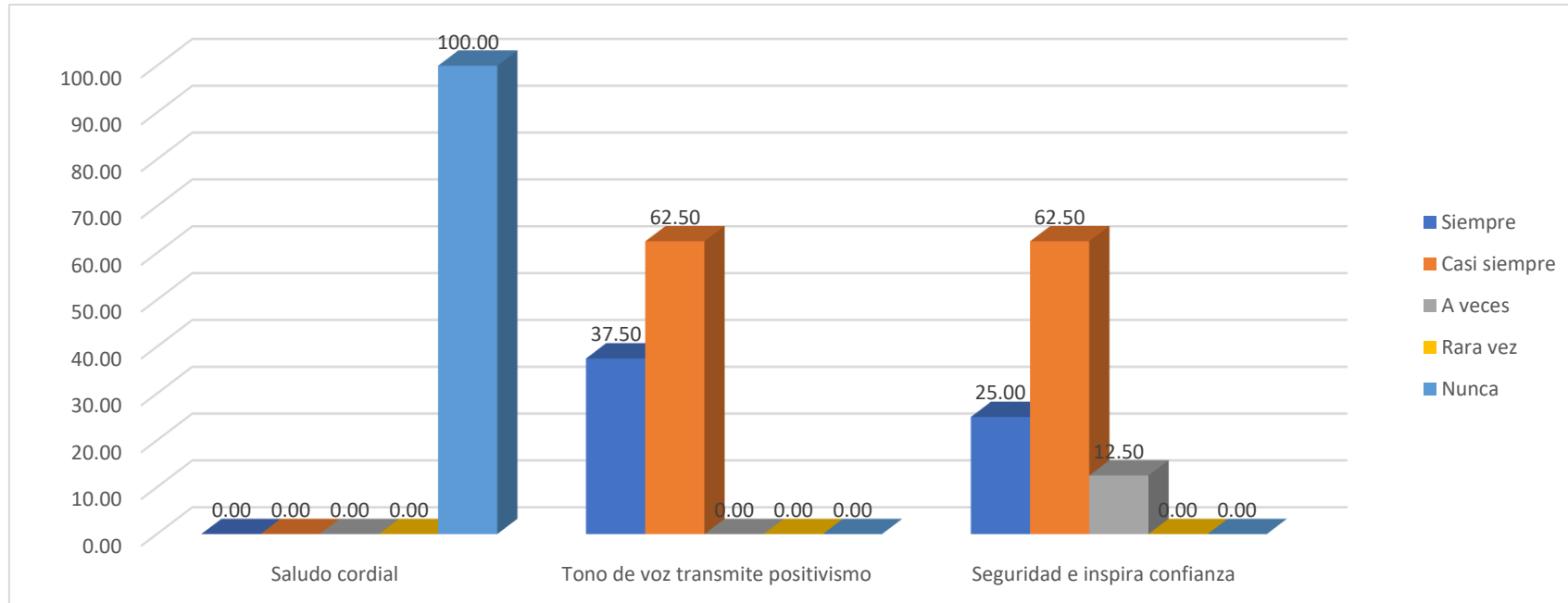
Características del proceso de contacto con el cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

| Características del proceso de contacto | N | % |
|--|---|--------|
| Saludo cordial | | |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Casi siempre | 0 | 0.00 |
| A veces | 0 | 0.00 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 8 | 100.00 |
| Total | 8 | 100.00 |
| Tono de voz transmite positivismo | | |
| Siempre | 3 | 37.50 |
| Casi siempre | 5 | 62.50 |
| A veces | 0 | 0.00 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |
| Seguridad e inspira confianza | | |
| Siempre | 2 | 25.00 |
| Casi siempre | 5 | 62.50 |
| A veces | 1 | 12.50 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

Figura 3

Características del proceso de contacto con el cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.



Nota: Resultados de las características del proceso de contacto con el cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L.

Tabla 4

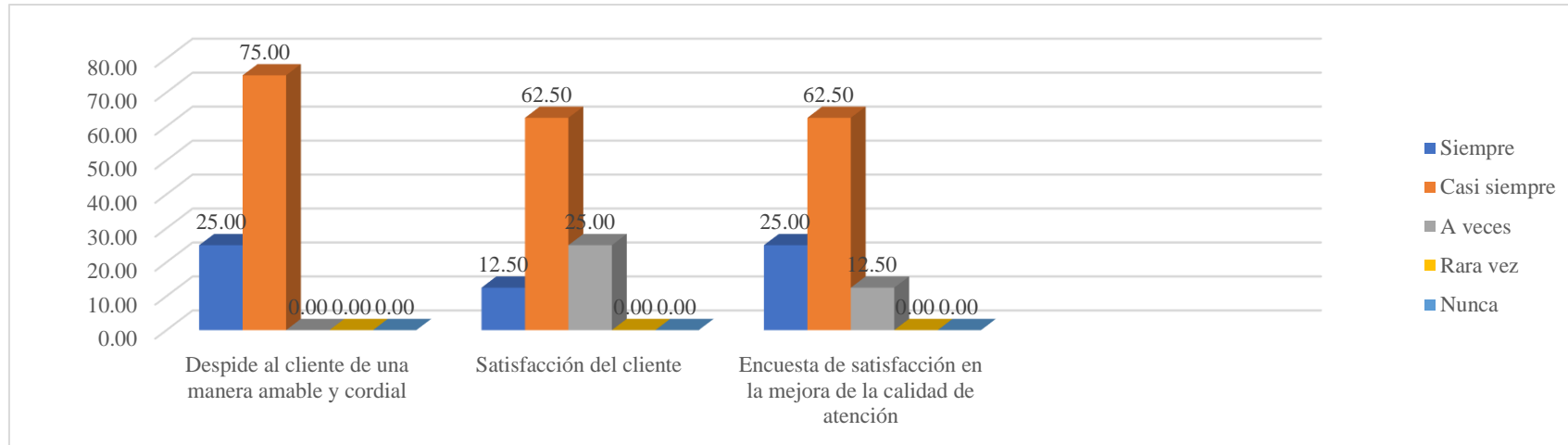
Características del proceso de resolución al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

| Características del proceso de resolución | N | % |
|---|---|--------|
| Disposición para aclarar dudas o inquietudes | | |
| Siempre | 5 | 62.50 |
| Casi siempre | 3 | 37.50 |
| A veces | 0 | 0.00 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |
| Sincero interés en la solución de las quejas | | |
| Siempre | 0 | 0.00 |
| Casi siempre | 0 | 0.00 |
| A veces | 0 | 0.00 |
| Rara vez | 5 | 62.50 |
| Nunca | 3 | 37.50 |
| Total | 8 | 100.00 |
| Rapidez en la entrega de productos o servicios | | |
| Siempre | 6 | 75.00 |
| Casi siempre | 2 | 25.00 |
| A veces | 0 | 0.00 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |
| Producto o servicio en el tiempo prometido | | |
| Siempre | 5 | 62.50 |
| Casi siempre | 3 | 37.50 |
| A veces | 0 | 0.00 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

Figura 4

Características del proceso de resolución al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.



Nota: Resultados de las características del proceso de resolución al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L.

Tabla 5

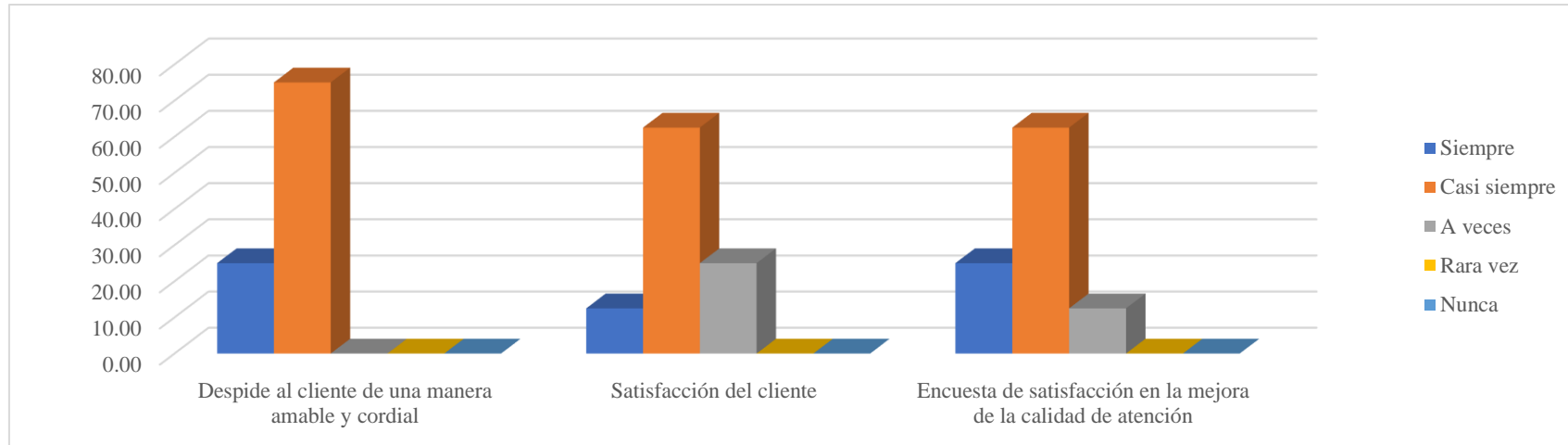
Características del proceso de finalización de la atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

| Características del proceso de finalización | N | % |
|--|---|--------|
| Despide al cliente de una manera amable y cordial | | |
| Siempre | 2 | 25.00 |
| Casi siempre | 6 | 75.00 |
| A veces | 0 | 0.00 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |
| Satisfacción del cliente | | |
| Siempre | 1 | 12.50 |
| Casi siempre | 5 | 62.50 |
| A veces | 2 | 25.00 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |
| Encuesta de satisfacción en la mejora de la calidad de atención | | |
| Siempre | 2 | 25.00 |
| Casi siempre | 5 | 62.50 |
| A veces | 1 | 12.50 |
| Rara vez | 0 | 0.00 |
| Nunca | 0 | 0.00 |
| Total | 8 | 100.00 |

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

Figura 5

Características del proceso de finalización de la atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.



Nota: Resultados de las características del proceso de finalización de la atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L.

Tabla 6

Propuesta de un plan de mejora de la selección de personal para mejorar los procesos de atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

| Variable | Indicador | Problema | Causa | Consecuencia | Acciones de mejora | Responsables | Presupuesto |
|-----------------------|-----------------------|--|--|--|--|----------------------|-------------|
| Selección de personal | Reclutamiento externo | El 100.00% del personal menciona que nunca el restaurante ha utilizado páginas web empresarial para reclutar personal | No existe una persona encargada para utilizar la página web como herramienta de reclutamiento externo. | Alta rotación de personal debido a que existe la posibilidad de no encontrar al profesional idóneo para el puesto de trabajo. | Contratar a un profesional para que esté encargado del reclutamiento externo a través del uso efectivo de la página web o redes sociales. | Gerente/ personal | s/600.00 |
| | Pruebas psicológicas | El 100.00% del personal menciona que nunca la empresa explicó los resultados positivos y negativos que ha presentado durante la evaluación psicológica | El encargado del proceso de selección al personal no cuenta con experiencia suficiente para aplicar pruebas psicológicas formales. | Seleccionar a una persona con poca ética profesional. Mal clima laboral ya que no se cumplirían los objetivos de la empresa, lo que causaría frustración al equipo de trabajo. | Aplicar pruebas o tests psicométricos de inteligencia los cuales miden la capacidad de aprendizaje y aplicación de nuevos conocimientos del candidato, su coeficiente intelectual, y sus habilidades de análisis y síntesis. Aplicar pruebas psicométricas de personalidad Las pruebas psicométricas de personalidad o proyectivas evalúan cómo los postulantes interpretan una situación, así como otros aspectos personales como su capacidad de adaptación, relación y conflictos internos, habilidades sociales, etcétera. | Gerente/ personal | s/600.00 |
| Atención al cliente | Saludo cordial | El 100.00% de los trabajadores considera que nunca se ha acercado al cliente para darle un saludo cordial. | El personal no está capacitado para ser empático con el cliente. | El cliente puede sentirse no valorado importante para el desarrollo de la empresa debido a que no es tratado de manera personalizada y empática. | Capacitación en atención al cliente de esta manera se podrá mejorar la capacidad de ser empáticos con el consumidor: <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: Lograr un trato personalizado a través de la empatía al cliente. • Temas: Trato cordial al cliente; Habilidades de comunicación; atención personalizada. • Duración: 2 horas a la semana durante 1 mes. | Gerente/ personal | s/600.00 |

| | | | | | | | |
|--|------------|--|--|--|--|----------------------|----------|
| | Fiabilidad | El 62.50% de los trabajadores menciona que rara vez frente a una queja o problema, muestra un sincero interés en solucionarlo. | Personal se encuentra estresado debido a la cantidad de clientes que ingresan al establecimiento por ende no muestran un verdadero interés para resolver el problema por el contrario resuelven el problema con una actitud poco positiva. | Cliente insatisfecho debido a que no se dio una solución efectiva a sus problemas. Desprestigio de la marca por comentarios negativos hacia el restaurante. | Contratar a trabajadores eventuales en fechas festivas con el objetivo de reducir el estrés laboral por el exceso de demanda que existe. Diseñar un manual de reclamaciones para mejorar el proceso de solución frente a una queja o reclamo. | Gerente/ personal | s/600.00 |
|--|------------|--|--|--|--|----------------------|----------|

V. DISCUSIÓN

Objetivo específico 1: Describir las características del reclutamiento de personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

El 75.00% de los trabajadores menciona que casi siempre la empresa aplica el reclutamiento interno en base a su desempeño y productividad, estos resultados coinciden con Altamirano y Moncayo (2019) quien evidenció que el 58% de los colaboradores indicaron que la empresa aplica el reclutamiento interno a través de la evaluación de sus competencias y habilidades, de igual forma coinciden con lo encontrado por De la Cruz (2020) quien aportó que el 76% de los laboradores explicaron que el reclutamiento se realiza en base a su desempeño. La mayoría de los trabajadores consideran que en la empresa sí se aplica el reclutamiento interno lo cual promueve la motivación laboral ya que consideran que son tomados en cuenta en las decisiones de la empresa, se puede decir que el objetivo principal del proceso de reclutamiento de personal es garantizar un proceso de contratación organizado, transparente y justo que pueda ayudar al personal de recursos humanos a poner a las personas indicadas en las oficinas de la empresa.

El 62.50% del personal considera que casi siempre la empresa aplica el reclutamiento a través de ascensos. Estos resultados coinciden con Altamirano y Moncayo (2019) quien evidenció que el 78% de los colaboradores indicaron qué empresa promueve el ascenso; de igual forma coinciden con lo encontrado por De la Cruz (2020) quien aportó que el 85% de los laboradores explicaron cuando existe una vacante la empresa brinda la posibilidad de ascenso. La mayoría de los trabajadores indicaron que la empresa sí promueve los ascensos esto mejora el clima laboral ya que existe una competencia sana entre los miembros de la empresa para ocupar un cargo más importante, se puede decir que in ascenso no solo puede significar un aumento de sueldo, sino también una mayor responsabilidad, oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional. Para conseguir un ascenso, hay varias cosas que se pueden hacer para mejorar tu desempeño laboral y destacar entre los demás ejecutivos

El 100.00% del personal menciona que nunca el restaurante no ha utilizado la página en Facebook para reclutar personal. Estos resultados coinciden con Altamirano y Moncayo (2019) quien evidenció que el 65% de los colaboradores indicaron la empresa no cuenta con una página

web para los procesos de selección de personal. La totalidad de los trabajadores indicaron que el restaurante no utiliza una página de Facebook para reclutar al personal esto se debe a que la empresa no cuenta con el personal adecuado para encargarse de estos procesos; Es importante conocer que las redes sociales en este caso Facebook no solamente son para ofrecer los productos o servicios sino también son una herramienta para buscar buenos talentos, debido a que las personas pueden enviar solicitudes tanto desde la computadora como desde un dispositivo móvil, por ende después de publicar una oferta de empleo, se podrá hacer un seguimiento de las solicitudes y revisarlas, ponerse en contacto con los postulantes y programar entrevistas a través de Messenger.

El 75.00% de los trabajadores considera que casi siempre la empresa utiliza portales de empleo para reclutar al personal, estos resultados coinciden con Ayala (2019) quien estableció que el 87% de los colaboradores consideran que se utilizan varias fuentes (anuncios, recomendaciones, base de datos, bolsa de empleo, universidades) para atraer nuevo personal y cubrir vacantes. La mayoría de los trabajadores indicaron que en la empresa casi siempre utiliza los portales web esto se debe a que consideran que la selección de personal externo reduce los costos para encontrar al personal idóneo.

El 75.00% del personal menciona que siempre la empresa utiliza las redes sociales para reclutar al personal. Estos resultados coinciden con Altamirano y Moncayo (2019) quien evidenció que el 58% de los colaboradores indicaron que la empresa utiliza las redes sociales para reclutar al personal. La mayoría de los trabajadores indicaron que se utilizan las redes sociales para reclutar al personal, se puede decir que plataformas como LinkedIn, Facebook y Twitter, y otros sitios web, incluidos foros en línea, bolsas de trabajo y blogs, son las principales herramientas utilizadas en el reclutamiento social. También puede denominarse reclutamiento en redes sociales, contratación social y reclutamiento social.

Objetivo específico 2: Describir las características de las pruebas de selección del personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

El 75.00% del personal considera que siempre las pruebas de conocimiento se encuentran alineadas al perfil que postula. Estos resultados coinciden con Altamirano y Moncayo (2019) quien evidenció que el 86% de los colaboradores indicaron que las pruebas de

conocimiento fueron en base a su perfil académico. La mayoría de los trabajadores consideran que en la entrevista el encargado le preguntó todo lo relacionado a su perfil sin desviarse de los temas netamente de conocimiento.

El 62.50% de los trabajadores considera que casi siempre la experiencia presenta en su CV fueron determinantes para salir seleccionado y formar parte de la empresa. Estos datos coinciden con lo hallado por Mendoza (2019) quién evidenció que el 75% de los colaboradores consideran que su currículum vitae presentado fue determinante para su selección. La mayoría de los trabajadores consideran que tuvieron un currículum vitae atractivo para el reclutador, se puede decir que este documento les da a los reclutadores la oportunidad de conocer más de ti, como persona y como profesional. Una buena hoja de vida es ideal para distinguirse de la competencia y llamar la atención, pues no todos los que aplican para un trabajo son convocados para una entrevista.

El 75.00% del personal menciona que casi siempre la empresa realiza pruebas psicológicas para incorporar nuevo personal, estos resultados coinciden con Ayala (2019) quien estableció que el 87% de los colaboradores explican que se cuenta con evaluaciones de conocimientos, psicológicas, psicotécnicas, etc. La evaluación psicológica laboral se ha convertido en un pilar fundamental en el proceso de selección de personal, permitiendo a las empresas identificar no solo las habilidades técnicas de los candidatos, sino también sus rasgos de personalidad, competencias emocionales y adaptabilidad cultural.

El 75.00% de los trabajadores menciona que siempre la empresa ha realizado evaluaciones de manejo de estrés durante la evaluación psicológica. Estos datos coinciden con lo hallado por Mendoza (2019) quién evidenció que el 75% de los colaboradores manifiestan que sí se evaluó su capacidad para el manejo de estrés bajo presión laboral. La mayoría de los trabajadores consideran que la empresa sí ha realizado evaluaciones del manejo de estrés debido a que en la actualidad se tiene mayor carga laboral y el sector empresarial exige un mayor rendimiento por parte de los trabajadores. El estrés se ha convertido en una constante en la vida de muchos trabajadores. La presión constante por cumplir con plazos, mantenerse competitivos y adaptarse a cambios rápidos puede tener un impacto significativo en la salud mental de los

empleados. Como líder o gerente, es crucial saber cómo identificar los signos de estrés laboral en tus equipos y cómo abordar esta problemática de manera efectiva.

El 100.00% del personal menciona que nunca la empresa explico los resultados positivos y negativos que ha presentado durante la evaluación psicológica. Estos datos se contrastan con lo hallado por Mendoza (2019) quién evidenció que el 50% de los colaboradores Indicaron que el resultado de las pruebas psicológicas si fueron entregadas a su correo. Antes de empezar a interpretar las pruebas realizadas a los candidatos, debe quedar claro que no hay respuestas correctas e incorrectas, simplemente se mide la honestidad con la que el individuo contesta, en esto se define si la personalidad es la que se requiere en la compañía. A través de los test es posible medir la identidad personal de los candidatos a un puesto de trabajo, conocer los rasgos de su carácter, su temperamento, sus habilidades psicotécnicas o bien la manera que estos tienen de enfrentar el ámbito laboral y la vida cotidiana. Cada individuo tiene una propia historia de su vida, la cual determina la manera en que se relaciona en sociedad. Por tanto, es de suma importancia para el evaluador determinar por medio de test psicológicos la forma particular de cómo la persona se relaciona con el entorno.

Objetivo específico 3: Determinar las características del proceso de contacto con el cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

El 100.00% de los trabajadores considera que nunca se ha acercado al cliente para darle un saludo cordial. Estos resultados coinciden con lo hallado por Rivera (2019) quien aportó que el 83% de los clientes consideran que el personal que los atendió sí les dio un saludo cordial. La totalidad de los trabajadores indicaron que le da un saludo cordial cuando el cliente ingresa al establecimiento a este permite crear un vínculo de amistad.

El 62.50% del personal considera que casi siempre el tono de voz que utiliza es cálido y transmite positivismo. Estos resultados coinciden con lo hallado por Rivera (2019) quien aportó que el 78% de los clientes consideran que el personal que los atendió si cuentan con un lenguaje positivo lo cual transmite confianza. La mayoría de los trabajadores considera que tienen un tono de voz positivo lo cual transmite confianza para que el cliente se sienta en un ambiente agradable.

El 62.50% de los trabajadores considera que casi siempre demuestran seguridad e inspira confianza. Estos resultados coinciden con lo hallado por Rivera (2019) quien aportó que el 58% de los clientes consideran que el personal que los atendió demuestra seguridad para la compra de los productos. La mayoría de los traductores demuestran seguridad y confianza esto se debe a que el personal ya cuenta con una alta experiencia en el sector gastronómico.

Objetivo específico 4: Describir las características del proceso de resolución al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

El 62.50% del personal menciona que siempre muestran disposición para aclarar dudas o inquietudes de los clientes. Estos resultados coinciden con lo hallado por Rivera (2019) quien aportó que el 78% de los clientes consideran que el personal que los atendió Sí resolvió todas sus dudas e inquietudes. La mayoría de los clientes indicaron que el personal si atiende a sus dudas e inquietudes esto permite a que el cliente quede satisfecho y posiblemente recomienda la empresa.

El 62.50% de los trabajadores menciona que rara vez frente a una queja o problema, muestra un sincero interés en solucionarlo. Estos resultados se contrastan con lo hallado por Rivera (2019) quien aportó que el 86% de los clientes consideran que el personal que los atendió Resolvió la quejas o reclamos en un tiempo prudente. La mayoría de los trabajadores no muestra un interés sincero por ayudar al cliente, sino que lo hace por cumplir esto se debe al exceso de carga laboral o la presión que tiene por la gran cantidad de clientes que ingresan al establecimiento.

El 75.00% del personal considera que siempre muestra rapidez en la entrega de productos o servicios. Estos resultados coinciden con lo hallado por Rivera (2019) quien aportó que el 78% de los clientes consideran que el personal que los atendió entregó de manera rápida del producto. La mayoría de los trabajadores indicaron que entregan los productos antes del pactado es decir de manera casi instantánea.

El 62.50% de los trabajadores considera que siempre cumplen en entregar el producto o servicio en el tiempo prometido. Estos resultados coinciden con lo hallado por Rivera (2019) quien aportó que el 86% de los clientes consideran que el personal que los atendió entregó el producto en el tiempo pactado. La mayoría de los trabajadores indicaron que cumplen con la

entrega del productos en el tiempo pactado es decir no está fuera de lo acordado con el cliente en este sentido se puede decir que restaurante tiene un límite máximo de 15 minutos para entregar los pedidos.

Objetivo específico 5: Determinar las características del proceso de finalización de la atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.

El 100.00% de los trabajadores considera que nunca se ha despedido del cliente de una manera amable y cordial. Estos resultados coinciden con encontrado por Mendoza (2019) quien evidenció que el 77% de los representantes indican que siempre se despide el cliente de una manera amable. La totalidad de trabajadores nunca se despiden de clientes agradeciéndoles por su visita esto se debe a que no están capacitados para dar un trato de máxima habilidad al cliente.

El 62.50% del personal considera que casi siempre el cliente se va satisfecho de las instalaciones. Estos resultados coinciden con encontrado por Mendoza (2019) quien evidenció que el 95% de los representantes indican que el cliente queda satisfecho con los servicios y productos ofrecidos por la empresa. La mayoría de los trabajadores indicaron que el cliente va satisfecho de la instalación ya que encontró un ambiente agradable y a su vez un producto de calidad.

El 62.50% de los trabajadores consideran que casi siempre una encuesta de satisfacción mejoraría la calidad de atención. Estos resultados coinciden con encontrado por Mendoza (2019) quien evidenció que el 52% de los representantes indican que consideran que el uso de encuestas de inspección podría mejorar los ingresos de la empresa. Mediante el uso de encuestas de satisfacción es posible recopilar opiniones y averiguar qué hace felices a tus clientes. El uso de las encuestas de satisfacción permite además identificar información útil acerca de los problemas que puedan existir, así como los patrones que conducen al éxito.

Objetivo específico 6: Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la selección de personal para mejorar los procesos de atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023

PLAN DE MEJORA

1. Datos generales

RUC: 20531995776

Nombre comercial: RESTAURANT TURISTICO EL TIO SAM S.R.L.

Dirección Legal: Mza. II Lote. 9a Otr. Casco Urbano, provincia de Casma, distrito de Casma, Departamento Ancash.

2. Misión

En el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L. Buscamos la excelencia en la preparación de comida criolla, marina y parrilladas para así satisfacer el gusto de nuestros clientes.

3. Visión

Buscamos en el 2024 ser uno de los restaurantes más destacados, no solo en el norte del país, sino también en todo el Perú, ofreciendo los mejores platos, un servicio de calidad e identificándonos con nuestro sabor y creatividad en nuestras comidas y bebidas.

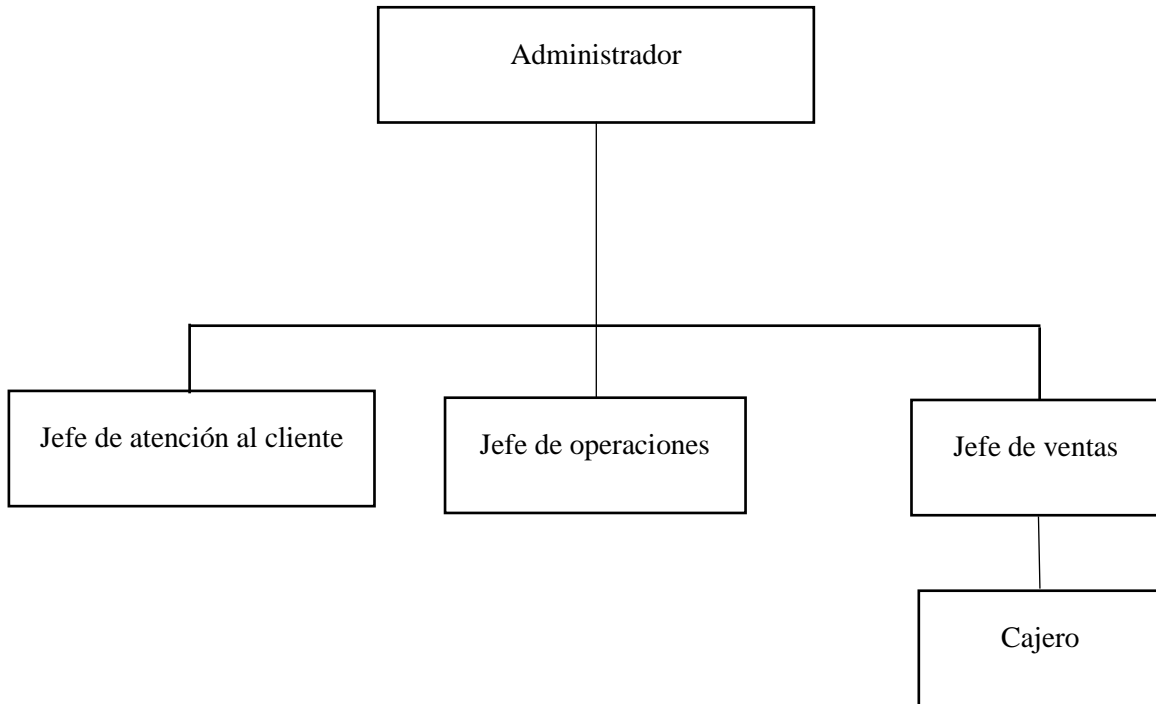
4. Objetivos

- Mejorar el proceso de selección de personal a través de la creación de un manual de reclutamiento.
- Incrementar la productividad del personal en un 10% a través de la promoción del desarrollo del personal.
- Realizar una evaluación de las competencias para identificar al personal con mayor capacidad para el puesto.
- Mejorar los procesos de atención al cliente a través de la creación de un flujograma de servicios.

5. Productos y/o servicios

Ceviche de pescado, arroz chaufa de mariscos, cuy al palo, pepián de cuy.

6. Organigrama de la empresa



| | |
|------------------|--|
| Cargo | Administrador |
| Perfil | <ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en administración • Cursos en Mercadeo • Negocios internacionales • Gestión humana • Finanzas • Operaciones y logística |
| Funciones | <ul style="list-style-type: none"> • Planificar los objetivos generales y específicos de la empresa a corto y largo plazo. • Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos. • Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta. • Controlar las actividades planificadas comparándolas con lo realizado y detectar las desviaciones o diferencias. |
| Cargo | Jefe de atención al cliente |
| Perfil | <ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en administración • Capacidad de negociación • Capacidad de comunicación • Conocimientos de gestión de equipos • Capacidad de escucha activa |

| | |
|------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Capacidad de resolución de conflictos |
| Funciones | <ul style="list-style-type: none"> • Prospectar y fidelizar clientes. • Brindar información y resolver dudas. • Solucionar problemas del cliente. • Acortar los tiempos de servicio. • Impulsar las ventas; • Recibir y tramitar pedidos, solicitudes y reclamaciones. |
| Cargo | Jefe de operaciones |
| Perfil | <ul style="list-style-type: none"> • Prospectar y fidelizar clientes; • Brindar información y resolver dudas; • Solucionar problemas del cliente; • Acortar los tiempos de servicio; • Impulsar las ventas; • Recibir y tramitar pedidos, solicitudes y reclamaciones; |
| Funciones | <ul style="list-style-type: none"> • Garantizar que todas las operaciones se lleven a cabo de un modo apropiado y rentable • Mejorar los sistemas, procesos y mejores prácticas de gestión operativa • Comprar materiales, planificar el inventario y supervisar la eficiencia del almacén • Ayudar para que los procesos de la organización sigan cumpliendo la ley • Formular objetivos estratégicos y operativo • Examinar datos financieros y usarlos para mejorar la rentabilidad |
| Cargo | Jefe de ventas |
| Perfil | <ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en administración • Superior, técnicos o universitarios (completos o truncos). • Experiencia mínima de 01 año en Ventas Intangibles (Asesor Ventas y Servicios, Vendedor de Campo) |
| Funciones | <ul style="list-style-type: none"> • Generar y/o desarrollar cartera de clientes nuevos individuales. • Cumplir con el modelo de ventas y prospección diaria, efectuando llamadas, agendando citas y visitas a clientes con el objetivo de cumplir la cuota asignada. • Reportar diariamente las ventas nuevas realizadas para el pago de las comisiones respectivas |
| Cargo | Cajero |
| Perfil | <ul style="list-style-type: none"> • Licenciado en administración • Estudios universitarios o técnicos en administración de empresas o contabilidad |

| | |
|------------------|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Experiencia mínima 1 año • Atención al cliente • Habilidades numéricas • Facilidad de palabra • Actitud de servicio • Proactivo |
| Funciones | <ul style="list-style-type: none"> • Recibir y darles la bienvenida a los clientes. • Registrar los productos adquiridos diariamente, escaneando el código de barras o ingresando el número de identificación en las cajas registradores. • Recibir pagos y dar el cambio, además de elaborar y entregar facturas. • Organizar los productos en las bolsas, de ser necesario. • Brindar a los clientes servicios posteriores a la venta en términos de reparaciones, devoluciones o cambio de mercancía. • Dar respuesta a las inquietudes de los clientes brindando asistencia sobre los procedimientos y políticas del establecimiento. |

7. Diagnostico general

| Análisis FODA | Oportunidades | Amenazas |
|---|--|---|
| | <ol style="list-style-type: none"> 1. Posicionamiento de marca 2. Recomendación del servicio 3. Creación de nuevos empleos 4. Crecimiento de la economía 5. Implementación de tecnología | <ol style="list-style-type: none"> 1. Gran fuerza de la competencia indirecta 2. Desastres naturales 3. Epidemias 4. Obras de construcción que dificulten el acceso 5. Imitadores emergencias |
| Fortalezas <ol style="list-style-type: none"> 1. Propuesta de valor creativa 2. Chef con experiencia 3. Local propio 4. Manejo de publicidad en redes sociales 5. Protocolo de bioseguridad | F – O <ol style="list-style-type: none"> F1-O1: Difundir la propuesta de valor a través de medios tradicionales y digitales. 2. F5-02: Adoptar nuevos protocolos para el bienestar de los clientes. 3. F2-O4: Ampliar la gama de productos, aprovechando el conocimiento y crecimiento de la economía. | F – A <ol style="list-style-type: none"> 1. F1-A1: Brindar buena atención y experiencia al cliente. 2. F4-A3: Prevalecer presentes a través de contenido de concientización y solidaridad con el cliente. 3. F4-A5: Brindar promociones, descuentos y eventos para incrementar la participación de mercado. |
| Debilidades <ol style="list-style-type: none"> 1. Marca no posicionada 2. Inversión en publicidad limitada 3. Falta de movilidad propia 4. Pocos ingresos iniciales 5. Estacionamiento limitado | D – O <ol style="list-style-type: none"> D2-O2: Enfocar el buen trato y la experiencia de compra en el local para generar marketing de boca a boca. 2.D3-O3: Contratar a una persona que tenga auto para realizar las compras. 3.D4-04: Aprovechar el crecimiento económico en el sector para incrementar las ventas y generar mayores ingresos. | D – A <ol style="list-style-type: none"> D1-A1: Crear nuevos vínculos digitales para enviar la propuesta de valor al cliente. 2. D4-A5: Buscar reducción de costos para tener precios competitivos. 3. D5-A4: Controlar los estacionamientos a base de reservas y comunicar cualquier evento fortuito |

8. Indicadores de gestión

| Indicador | Problema | Causa | Consecuencia |
|-----------------------|--|--|--|
| Reclutamiento externo | El 100.00% del personal menciona que nunca el restaurante ha utilizado páginas web empresarial para reclutar personal | No existe una persona encargada para utilizar la página web como herramienta de reclutamiento externo. | Alta rotación de personal debido a que existe la posibilidad de no encontrar al profesional idóneo para el puesto de trabajo. |
| Pruebas psicológicas | El 100.00% del personal menciona que nunca la empresa explico los resultados positivos y negativos que ha presentado durante la evaluación psicológica | El encargado del proceso de selección al personal no cuenta con experiencia suficiente para aplicar pruebas psicológicas formales. | Seleccionar a una persona con poca ética profesional. Mal clima laboral ya que no se cumplirían los objetivos de la empresa, lo que causaría frustración al equipo de trabajo. |
| Saludo cordial | El 100.00% de los trabajadores considera que nunca se ha acercado al cliente para darle un saludo cordial. | El personal no está capacitado para ser empático con el cliente. | El cliente puede sentirse no valorado importante para el desarrollo de la empresa debido a que no es tratado de manera personalizada y empática. |
| Fiabilidad | El 62.50% de los trabajadores menciona que rara vez frente a una queja o problema, muestra un sincero interés en solucionarlo. | Personal se encuentra estresado debido a la cantidad de clientes que ingresan al establecimiento por ende no muestran un verdadero interés para resolver el problema por el contrario resuelven el problema con una actitud poco positiva. | Cliente insatisfecho debido a que no se dio una solución efectiva a sus problemas. Desprestigio de la marca por comentarios negativos hacia el restaurante. |

9. Problemas

| Problema | Causa |
|--|--|
| El 100.00% del personal menciona que nunca el restaurante ha utilizado páginas web empresarial para reclutar personal | No existe una persona encargada para utilizar la página web como herramienta de reclutamiento externo. |
| El 100.00% del personal menciona que nunca la empresa explico los resultados positivos y negativos que ha presentado durante la evaluación psicológica | El encargado del proceso de selección al personal no cuenta con experiencia suficiente para aplicar pruebas psicológicas formales. |
| El 100.00% de los trabajadores considera que nunca se ha acercado al cliente para darle un saludo cordial. | El personal no está capacitado para ser empático con el cliente. |
| El 62.50% de los trabajadores menciona que rara vez frente a una queja o problema, muestra un sincero interés en solucionarlo. | Personal se encuentra estresado debido a la cantidad de clientes que ingresan al establecimiento por ende no muestran un verdadero interés para resolver el problema por el contrario resuelven el problema con una actitud poco positiva. |

10. Establecer soluciones

| Indicador | Problema | Causa | Consecuencia | Acciones de mejora |
|-----------------------|--|--|--|--|
| Reclutamiento externo | El 100.00% del personal menciona que nunca el restaurante ha utilizado páginas web empresarial para reclutar personal | No existe una persona encargada para utilizar la página web como herramienta de reclutamiento externo. | Alta rotación de personal debido a que existe la posibilidad de no encontrar al profesional idóneo para el puesto de trabajo. | Contratar a un profesional para que esté encargado del reclutamiento externo a través del uso efectivo de la página web o redes sociales. |
| Pruebas psicológicas | El 100.00% del personal menciona que nunca la empresa explico los resultados positivos y negativos que ha presentado durante la evaluación psicológica | El encargado del proceso de selección al personal no cuenta con experiencia suficiente para aplicar pruebas psicológicas formales. | Seleccionar a una persona con poca ética profesional. Mal clima laboral ya que no se cumplirían los objetivos de la empresa, lo que causaría frustración al equipo de trabajo. | Aplicar pruebas o tests psicométricos de inteligencia los cuales miden la capacidad de aprendizaje y aplicación de nuevos conocimientos del candidato, su coeficiente intelectual, y sus habilidades de análisis y síntesis. Aplicar pruebas psicométricas de personalidad Las pruebas psicométricas de personalidad o proyectivas evalúan cómo los postulantes interpretan una situación, así como otros aspectos personales como su capacidad de adaptación, relación y conflictos internos, habilidades sociales, etcétera. |
| Saludo cordial | El 100.00% de los trabajadores considera que nunca se ha acercado al cliente para darle un saludo cordial. | El personal no está capacitado para ser empático con el cliente. | El cliente puede sentirse no valorado importante para el desarrollo de la empresa debido a que no es tratado de manera personalizada y empática. | Capacitación en atención al cliente de esta manera se podrá mejorar la capacidad de ser empáticos con el consumidor: <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo: Lograr un trato personalizado a través de la empatía al cliente. • Temas: Trato cordial al cliente; Habilidades de comunicación; atención personalizada. |

| | | | | |
|------------|--|--|---|---|
| | | | | <ul style="list-style-type: none"> • Duración: 2 horas a la semana durante 1 mes. |
| Fiabilidad | El 62.50% de los trabajadores menciona que rara vez frente a una queja o problema, muestra un sincero interés en solucionarlo. | Personal se encuentra estresado debido a la cantidad de clientes que ingresan al establecimiento por ende no muestran un verdadero interés para resolver el problema por el contrario resuelven el problema con una actitud poco positiva. | Cliente insatisfecho debido a que no se dio una solución efectiva a sus problemas. Desprestigio de la marca por comentarios negativos hacia el restaurante. | Contratar a trabajadores eventuales en fechas festivas con el objetivo de reducir el estrés laboral por el exceso de demanda que existe. Diseñar un manual de reclamaciones para mejorar el proceso de solución frente a una queja o reclamo. |

11. Recursos para la implementación de las estrategias

| Estrategias | Humanos | Económicos | Tecnológicos | Tiempo |
|--|-----------------------------|---------------|--|---------|
| <ul style="list-style-type: none"> Contratar a un profesional para que esté encargado del reclutamiento externo a través del uso efectivo de la página web o redes sociales. | Administrador y colaborador | s/. 2, 000.00 | Computadoras, proyectores. | 15 días |
| <p>Aplicar pruebas o tests psicométricos de inteligencia los cuales miden la capacidad de aprendizaje y aplicación de nuevos conocimientos del candidato, su coeficiente intelectual, y sus habilidades de análisis y síntesis.</p> <p>Aplicar pruebas psicométricas de personalidad</p> <p>Las pruebas psicométricas de personalidad o proyectivas evalúan cómo los postulantes interpretan una situación, así como otros aspectos personales como su capacidad de adaptación, relación y conflictos internos, habilidades sociales, etcétera.</p> <ul style="list-style-type: none"> | Administrador y colaborador | s/. 2, 000.00 | Computadoras, proyectores. | 15 días |
| <p>Capacitación en atención al cliente de esta manera se podrá mejorar la capacidad de ser empáticos con el consumidor:</p> <ul style="list-style-type: none"> Objetivo: Lograr un trato personalizado a través de la empatía al cliente. Temas: Trato cordial al cliente; Habilidades de comunicación; atención personalizada. Duración: 2 horas a la semana durante 1 mes. | Administrador y colaborador | s/. 2, 000.00 | Computadoras, proyectores. | 15 días |
| <p>Contratar a trabajadores eventuales en fechas festivas con el objetivo de reducir el estrés laboral por el exceso de demanda que existe.</p> <ul style="list-style-type: none"> Diseñar un manual de reclamaciones para mejorar el proceso de solución frente a una queja o reclamo. | Administrador y colaborador | s/. 2, 000.00 | Computadoras, proyectores, cuestionario. | 15 días |

12. Cronograma de actividades

| N° | Estrategias | Fecha | Termino | Año 2024 | | | | | | | | | | | | | | | |
|----|--|----------|----------|----------|---|---|---|-------|---|---|---|-------|---|---|---|------|---|---|---|
| | | | | Febrero | | | | Marzo | | | | Abril | | | | Mayo | | | |
| | | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | <ul style="list-style-type: none"> Contratar a un profesional para que esté encargado del reclutamiento externo a través del uso efectivo de la página web o redes sociales. | 01-02-24 | 15-02-24 | x | x | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | <p>Aplicar pruebas o tests psicométricos de inteligencia los cuales miden la capacidad de aprendizaje y aplicación de nuevos conocimientos del candidato, su coeficiente intelectual, y sus habilidades de análisis y síntesis.</p> <p>Aplicar pruebas psicométricas de personalidad</p> <p>Las pruebas psicométricas de personalidad o proyectivas evalúan cómo los postulantes interpretan una situación, así como otros aspectos personales como su capacidad de adaptación, relación y conflictos internos, habilidades sociales, etcétera.</p> <ul style="list-style-type: none"> | 16-02-24 | 28-02-24 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | <p>Capacitación en atención al cliente de esta manera se podrá mejorar la capacidad de ser empáticos con el consumidor:</p> <ul style="list-style-type: none"> Objetivo: Lograr un trato personalizado a través de la empatía al cliente. Temas: Trato cordial al cliente; Habilidades de comunicación; atención personalizada. Duración: 2 horas a la semana durante 1 mes. | 01-03-24 | 15-03-24 | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | <p>Contratar a trabajadores eventuales en fechas festivas con el objetivo de reducir el estrés laboral por el exceso de demanda que existe.</p> <ul style="list-style-type: none"> Diseñar un manual de reclamaciones para mejorar el proceso de solución frente a una queja o reclamo. | 16-03-24 | 31-03-24 | | | | | | | | | | | | | | | | |

VI. CONCLUSIONES

Los trabajadores mencionan que casi siempre la empresa aplica el reclutamiento interno en base a su desempeño y productividad, casi siempre la empresa aplica el reclutamiento a través de ascensos, nunca el restaurante ha utilizado páginas web empresarial para reclutar personal, considera que casi siempre la empresa utiliza portales de empleo para reclutar al personal y siempre la empresa utiliza las redes sociales para reclutar al personal.

El personal considera que siempre las pruebas de conocimiento se encuentran alineadas al perfil que postula, considera que casi siempre la experiencia presentada en su CV fueron determinantes para salir seleccionado y formar parte de la empresa, casi siempre la empresa realiza pruebas psicológicas para incorporar nuevo personal, siempre la empresa ha realizado evaluaciones de manejo de estrés durante la evaluación psicológica y nunca la empresa explicó los resultados positivos y negativos que ha presentado durante la evaluación psicológica.

Los trabajadores consideran que nunca se ha acercado al cliente para darle un saludo cordial, casi siempre el tono de voz que utiliza es cálido y transmite positivismo y considera que casi siempre demuestran seguridad e inspira confianza.

El personal menciona que siempre muestran disposición para aclarar dudas o inquietudes de los clientes, rara vez frente a una queja o problema, muestra un sincero interés en solucionarlo, siempre muestra rapidez en la entrega de productos o servicios y considera que siempre cumplen en entregar el producto o servicio en el tiempo prometido.

Los trabajadores consideran que nunca se ha despedido del cliente de una manera amable y cordial, casi siempre el cliente se va satisfecho de las instalaciones y casi siempre una encuesta de satisfacción mejoraría la calidad de atención.

Se elaboró una propuesta de mejora en base a los resultados de la investigación con la finalidad de mejorar los procesos de selección de personal y atención al cliente.

VII. RECOMENDACIONES

Aplicar a reclutamiento externo a través de la página web; debido a que la publicación de ofertas de trabajo en línea permite que los empleos estén disponibles de manera inmediata tanto en el sitio web de la empresa como en plataformas externas de búsqueda de empleo.

Aplicar pruebas psicométricas para que los encargados de recursos humanos puedan asegurarse de que los candidatos seleccionados realmente poseen las capacidades necesarias para desempeñarse de manera efectiva, e incluso influir positivamente a sus equipos y la cultura de la empresa.

Capacitar al personal para la calidad de servicio, dado que el entrenamiento de servicio al cliente supone la educación y la mejora de las habilidades de los empleados que brindan soporte para mejorar el servicio que ofrecen y, por lo tanto, aumentar la satisfacción del comprador. Es un proceso de crecimiento continuo durante el tiempo que trabaja un agente.

Diseñar un manual de reclamaciones, para facilitar el registro de las quejas y reclamaciones, ya que estas deben ser tratadas como oportunidades para la organización; además favorece a la escucha activa, para que el cliente pueda expresar su descontento sinceramente, para lo que también es necesario formular preguntas para así, tener toda la información que necesitamos; y se logra la pronta atención a quejas y reclamaciones, para lo que es importante conocer todos los canales a través de los cuales pueden presentar en la organización una queja o reclamación para dar una respuesta lo antes posible y que el cliente no tenga una mayor insatisfacción.

Aplicar encuestas de satisfacción al cliente con la finalidad de conocer opiniones, percepciones, expectativas y necesidades; descubrir qué tan leales son hacia la marca; saber qué canales o puntos de venta resultan más efectivos y entender si las estrategias de negocio son adecuadas o no.

Implementar la propuesta de mejora que fue elaborado en base a los resultados de la investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ayala, S. (2019). *Propuesta de un Sistema para el reclutamiento, selección e inducción de personal de la microempresa Coffee Service Cía. Ltda., de la ciudad de Quito*. [Tesis de pregrado, Universidad Andina Simón Bolívar]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/7005>
- Altamirano M S. y Moncayo, A. (2019). *El diseño de un modelo de selección de personal por competencias para el área de Recursos Humanos del Banco Guayaquil, en la ciudad de Quito*. [Tesis de pregrado, Universidad Internacional del Ecuador]. <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/1693>
- Arias, J. (2020). *Proyecto de tesis. guía para la elaboración*. Lima: Biblioteca Nacional del Perú. https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2236/1/AriasGonzales_ProyectoDeTesis_libro.pdf
- Aguilera, G. (2019). Reclutamiento y selección por competencias: empresas familiares del Estado de Coahuila. *Mercados y Negocios*; 40 (1). <https://www.redalyc.org/journal/5718/571860888005/571860888005.pdf>
- Arenal Laza, C. (2019). *Atención básica al cliente*. MF1329. Editorial Tutor Formación. <https://elibro.net/es/lc/elibrocom/titulos/105977>
- Ariza, F. (2020). *Información y atención al cliente*. <https://www.zendesk.com.mx/blog/control-de-los-procesos-de-atencion-al-cliente/#:~:text=Los%20procesos%20de%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20son%20un%20conjunto%20de,y%20servicios%20de%20una%20empresa.>
- Bello, A. (2020). *Análisis sobre los procesos administrativos en el reclutamiento y selección de personal en las Pymes del sector floricultor*. Tesis de pregrado, Corporación Universitaria Minuto de Dios Uniminuto. https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/14662/1/UVDT.A_BelloErika-CarrilloAngie-LuqueSonia_2022.pdf
- Campoverde, A. (2021). *Atención al cliente en el servicio de A y B del Hotel Wyndham Garden para la implementación de estrategias de fortalecimiento y bioseguridad*.

- [Tesis de pregrado, Universidad de Guayaquil].
https://rraae.cedia.edu.ec/Record/UG_fb583ea16e2d0cc14101600a7ff403a6
- Cenepa, F. (2022). *La importancia de las MYPES en el Perú*. <https://idealex.press/la-importancia-de-las-mypes-en-el-peru/#:~:text=%E2%80%9CLas%20MYPES%20brindan%20empleo%20a,mismas%20en%20el%20territorio%20peruano%E2%80%9D>.
- De la Cruz, M. (2020). *Selección de personal en las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes económicos: caso Isabel, distrito Los Morochucos, Ayacucho, 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/29024>
- Esquén, D. (2020). *Selección del personal*. https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/1229384/Res052-2020-SERVIR-GG_Anexo1.pdf
- García, A. (2023). *La importancia del proceso de atención al cliente en un e-commerce*. <https://www.tiendanube.com/blog/mx/proceso-de-atencion-al-cliente/>
- Gonzalvo, Y. (2020). *Reclutamiento Externo: Ventajas y desventajas*. <https://www.grupocastilla.es/reclutamiento-externo-ventajas-desventajas/>
- Herranz, I. (2020). *El proceso de selección de personal y la influencia de las nuevas tecnologías. El caso de Grupo Gali*. Tesis de pregrado, Universidad de Valladolid. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/43511/TFG-N.%201441.pdf?sequence=2>
- Huamán, D. (2022). *Propuesta de mejora de marketing y selección de personal en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rúbro pollerías del distrito de Chimbote, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/34138>
- Heredia, S., Becerra, M., Cajas, V., & Revelo, R. (2020). Métodos de Reclutamiento y Selección de Personal: Análisis a la Gestión de las Empresas Ecuatorianas. 593 *Digital Publisher CEIT*, 5(6), 173-180. <https://doi.org/10.33386/593dp.2020.6.329>

- Huanchaco, A. (2020). *Propuesta de mejora de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del distrito de Casma, 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/33037>
- Iglesia, D. (2022). *Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes de la avenida Brasil del distrito de Nuevo Chimbote, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/28851>
- INEGI. (2022). *Demografía de los establecimientos mipyme en el contexto de la pandemia por covid-19*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_Demog_MIPYME22.pdf
- Louffat, E. (2018). *Reclutando y seleccionando al personal*. 1. Pearson Educación. <https://elibro.net/es/lc/elibrocom/titulos/225733>
- López, M. (2019). *Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas*. <https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/documents/no82/pacioli-82.pdf>
- Lauz, J. (2019). *Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños*. <https://gestion.pe/economia/empresas/calidad-de-servicio-influye-en-60-en-decision-de-compra-de-limenos-noticia/?ref=gesr>
- Martínez, M. (2018). *5 motivos para poner en valor las pymes: sin ellas, España se para*. <https://hablemosdeempresas.com/pymes/pymes-motivos-celebracion/>
- Mendoza, C. (2022). *Proceso de reclutamiento y selección de personal por competencias para un puesto de una empresa minera*. Tesis de pregrado, Universidad Peruana Cayetano Heredia. https://repositorio.upch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12866/12488/Proceso_MendozaCerron_Carolina.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Mendoza, S. (2019). *Caracterización de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de comida oriental de la Avenida Gamarra, distrito de Casma, 2019*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/30354>
- Mayorga, A. (2021). *A hablar con seguridad se aprende y se entrena*. <https://hiagora.com/transmitirle-seguridad-al-cliente-aporta-valor/>
- Nieto, N. (2021). *Fiabilidad: imprescindible para el éxito de una empresa industrial*. <https://www.brandingindustrial.com/2021/02/10/fiabilidad-imprescindible-para-exito-de-empresa-industrial/>
- Orellana, G. (2020). *Fases del proceso de atención a clientes*. https://www.escueladetriputantes.cl/wp-content/uploads/2020/03/3_ADM_SAC_UNIDAD_0_GOG.pdf
- Polo, D. (2021). *¿Qué es la capacidad de respuesta en el servicio al cliente?*. <https://www.gestionar-facil.com/que-es-la-capacidad-de-respuesta-en-el-servicio-al-cliente/>
- Rivera, J. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/12117>
- Ramírez, L. (2019). *Proceso de Selección CAS*. <https://www.senace.gob.pe/wp-content/uploads/2018/04/Ayuda-memoria-CAS-Senace.pdf>
- Rumín, J. (2019). *Atención al cliente en el proceso comercial*. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/lc/elibrocom/titulos/127111>
- Ramírez, E. (2020). *Estrategias de reclutamiento, selección y retención del personal obrero eventual de Compañía Americana de Conservas SAC*. Tesis de pregrado, Universidad de Piura. https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/5108/TSP_AE_2026.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Rivero, H. (2020). *Política de reclutamiento y contratación de personal*.
<https://www.apysolidaridad.org/wp-content/uploads/2020/12/Politica-de-Reclutamiento-y-Seleccion.pdf>
- Rojas, M. (2020). *¿Cuáles son las funciones del comité de selección?*
<https://blogposgrado.ucontinental.edu.pe/funciones-comite-seleccion#:~:text=El%20comit%C3%A9%20de%20selecci%C3%B3n%20est%C3%A1,el%20objeto%20de%20la%20contrataci%C3%B3n.>
- Soria, S. (2020). *¿Cómo encontrar al candidato ideal en un proceso de selección?*.
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/57760/TFG-O-2172.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Suarez, P. (2021). *Población de estudio y muestra*.
http://udocente.sespa.princast.es/documentos/memorias/Metodologia_Investigacion/Presentaciones/4_%20poblacion&muestra.pdf
- Ugalde, A. (2020). *La Voz en su Comunicación con el Cliente*.
<https://www.pymmerang.com/ventas-y-servicio/ventas/plan-de-ventas/cierre-de-ventas/88-la-voz-en-su-comunicacion-con-el-cliente>
- Valls, E. (2019). *Saludar al cliente genera beneficios con un coste cero*. <https://ferreteria-y-bricolaje.cdecomunicacion.es/reportajes/13310/saludar-al-cliente-genera-beneficios-con-un-coste-cero>
- Westreicher, Y. (2020). *Vacante de trabajo*.
<https://economipedia.com/definiciones/vacante-de-trabajo.html>
- Zendesk, P. (2022). *Primer contacto con el cliente: consejos para el éxito*.
<https://www.zendesk.com.mx/blog/primer-contacto-cliente/>

ANEXOS

Anexo 01 Matriz de consistencia

TÍTULO: SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURÍSTICO EL TÍO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023

| FORMULACIÓN DEL PROBLEMA | OBJETIVOS | HIPÓTESIS | VARIABLES | METODOLOGÍA |
|--|--|--|--|---|
| <p>Problema general: ¿Cuáles son las características de la selección de personal para mejorar los procesos de atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023?</p> <p>Problemas específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las características del reclutamiento de personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023? • ¿Cuáles son las Características de las pruebas de selección del personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023? • ¿Cuáles son las características del proceso de contacto con el cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023? • ¿Cuáles son las características del proceso de resolución al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023? • ¿Cuáles son las características del proceso de finalización de la atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023? • ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de la selección de personal para mejorar los procesos de atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023? | <p>Objetivo general: Determinar las características de la selección de personal para mejorar los procesos de atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir las características del reclutamiento de personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. • Describir las Características de las pruebas de selección del personal en el Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. • Determinar las características del proceso de contacto con el cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. • Describir las características del proceso de resolución al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. • Determinar las características del proceso de finalización de la atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. • Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la selección de personal para mejorar los procesos de atención al cliente del Restaurant Turístico El Tío Sam S.R.L., Casma, año 2023. | <p>En el estudio, no se plantea una hipótesis por ser de nivel descriptivo</p> | <p>Variable 1: Selección del personal Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reclutamiento. • Pruebas psicológicas <p>Variable 2: Procesos de atención al cliente Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proceso de contacto con el cliente. • Proceso de resolución al cliente • Proceso de finalización de la atención al cliente | <p>Tipo: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Diseño: No experimental, transversal</p> <p>Población y muestra Población: 10 trabajadores Muestra: 10 trabajadores</p> <p>Técnica e instrumento: Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario</p> |

Anexo 02. Instrumento de recolección de datos



INSTRUCCIONES: A continuación, le presentamos las preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcar con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo a las siguientes alternativas.

Respecto a la variable: Calidad de servicio

Escala:

- Totalmente de acuerdo : 5
- De acuerdo : 4
- Neutral : 3
- En desacuerdo : 2
- Totalmente en desacuerdo : 1

| Dimensión 1: Reclutamiento | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1. ¿Cuándo se presenta una vacante la empresa aplica el reclutamiento interno en base a su desempeño y productividad? | | | | | |
| 2. ¿La empresa aplica el reclutamiento a través de ascensos? | | | | | |
| 3. ¿El área de personal del restaurante realiza la convocatoria de manera oportuna? | | | | | |
| 4. ¿El restaurante utiliza una página de Facebook empresarial para reclutar al personal? | | | | | |
| 5. ¿La empresa utiliza los portales de empleo para reclutar al personal? | | | | | |
| 6. ¿La empresa utiliza las redes sociales para reclutar al personal? | | | | | |
| Dimensión 2: Pruebas de selección | | | | | |
| 7. ¿Considera que las pruebas de conocimiento se encuentran alineadas al perfil que postulo? | | | | | |
| 8. ¿La experiencia presentada en su CV fueron determinantes para salir seleccionado y formar parte de la empresa? | | | | | |
| 9. ¿La empresa realiza pruebas psicológicas para incorporar nuevo personal? | | | | | |
| 10. ¿Le realizaron una evaluación de manejo de estrés durante la evaluación psicológica? | | | | | |
| 11. ¿La empresa le explico los resultados positivos y negativos que presento durante la evaluación psicológica? | | | | | |

Respecto a la variable 2: Procesos de atención al cliente

Escala:

Siempre : 5

Casi siempre : 4



A veces : 3

Rara vez : 2

Nunca : 1

| Dimensión 1: Proceso de contacto con el cliente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1. ¿Usted se acerca al cliente para darle un saludo cordial? | | | | | |
| 2. ¿El tono de voz que tiene es cálido y transmite positivismo? | | | | | |
| 3. ¿Usted demuestra seguridad e inspira confianza? | | | | | |
| Dimensión 2: Procesos de resolución al cliente | | | | | |
| 4. ¿Muestra disposición para aclarar dudas o inquietudes de los clientes? | | | | | |
| 5. ¿Frente a una queja o problema, muestra un sincero interés en solucionarlo? | | | | | |
| 6. ¿Muestra rapidez en la entrega de productos o servicios? | | | | | |
| 7. ¿Cumplen en entregar el producto o servicio en el tiempo prometido? | | | | | |
| Dimensión 3: Proceso de finalización | | | | | |
| 8. ¿Usted se despide del cliente de una manera amable y cordial? | | | | | |
| 9. ¿Considera o siente que el cliente se va satisfecho de las instalaciones? | | | | | |
| 10. ¿Consideran que una encuesta de satisfacción podría mejorar la calidad de atención? | | | | | |

Anexo 03. Validez del instrumento

| | |
|--|---|
| <p align="center">Ficha de identificación del Experto para proceso de validación</p> <p>Nombres y Apellidos: Uribe Cornelio Guido N° DNI: 70117561 Edad: 42 Teléfono / Celular: 912 937 055 Email:</p> | |
| <p>Título profesional: Administración. Grado Académico: Maestría <input checked="" type="checkbox"/> Doctorado <input type="checkbox"/> Especialidad: Gestión publica Institución que labora: Unidad de Gestión Educativa Local de Aija</p> | |
| <p>Identificación del proyecto de Investigación o Tesis</p> <p>Título: SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURISTICO EL TIO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023. Autor(es): CHANG CASTILLO, FELIX ANTONIO Programa Académico: Administración</p> | |
| <p align="center"> Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio Director del Sistema Administrativo II Área de Gestión Administrativa UGEL - AIJA</p> <p align="center">Firma</p> | <p align="center"> Huella digital</p> |

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Uribe Cornelio Guido

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: CHANG CASTILLO, FELIX ANTONIO Estudiante del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula “SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURISTICO EL TIO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de identificación de Experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente



CHANG CASTILLO, FELIX ANTONIO
DNI: 45643335

Formato de Ficha de Validación

| FICHA DE VALIDACIÓN TÍTULO: SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURISTICO EL TIO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023 | | | | | | | | |
|---|--|-------------------|------------------|--------------------|------------------|-----------------|------------------|----------------------|
| | VARIABLE 1: Selección de personal | Relevancia | | Pertinencia | | Claridad | | Observaciones |
| | | Cumple | No cumple | Cumple | No cumple | Cumple | No cumple | |
| | Dimensión 1: Reclutamiento | | | | | | | |
| 1 | ¿Cuándo se presenta una vacante la empresa aplica el reclutamiento interno en base a su desempeño y productividad? | x | | x | | x | | |
| 2 | ¿La empresa aplica el reclutamiento a través de ascensos? | x | | x | | x | | |
| 3 | ¿El restaurante utiliza una página de Facebook empresarial para reclutar al personal? | x | | x | | x | | |
| 4 | ¿La empresa utiliza los portales de empleo para reclutar al personal? | x | | x | | x | | |
| 5 | ¿La empresa utiliza las redes sociales para reclutar al personal? | | | | | | | |
| | Dimensión 2: Pruebas de selección | | | | | | | |
| 1 | ¿Considera que las pruebas de conocimiento se encuentran alineadas al perfil que postulo? | x | | x | | x | | |
| 2 | ¿La experiencia presenta en su CV fueron determinantes para salir seleccionado y formar parte de la empresa? | x | | x | | x | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|--|---|--|---|--|
| 3 | ¿La empresa realiza pruebas psicológicas para incorporar nuevo personal? | x | | x | | x | |
| 4 | ¿Le realizaron una evaluación de manejo de estrés durante la evaluación psicológica? | x | | x | | x | |
| 5 | ¿La empresa le explico los resultados positivos y negativos que presento durante la evaluación psicológica? | | | | | | |
| | Variable 2: Procesos de atención al cliente | | | | | | |
| | Dimensión 1: Proceso de contacto con el cliente | | | | | | |
| 1 | ¿Usted se acerca al cliente para darle un saludo cordial? | x | | x | | x | |
| 2 | ¿El tono de voz que tiene es cálido y transmite positivismo? | x | | x | | x | |
| 3 | ¿Usted demuestra seguridad e inspira confianza? | x | | x | | x | |
| | Dimensión 2: Procesos de resolución al cliente | | | | | | |
| 1 | ¿Muestra disposición para aclarar dudas o inquietudes de los clientes? | x | | x | | x | |
| 2 | ¿Frente a una queja o problema, muestra un sincero interés en solucionarlo? | | | | | | |
| 3 | ¿Muestra rapidez en la entrega de productos o servicios? | x | | x | | x | |
| 4 | ¿Cumplen en entregar el producto o servicio en el tiempo prometido? | x | | x | | x | |

| | Dimensión 3: Proceso de finalización | | | | | | | |
|---|---|---|--|---|--|---|--|--|
| 1 | ¿Usted se despide del cliente de una manera amable y cordial? | x | | x | | x | | |
| 2 | ¿Considera o siente que el cliente se va satisfecho de las instalaciones? | x | | x | | x | | |
| 3 | ¿Consideran que una encuesta de satisfacción podría mejorar la calidad de atención? | x | | x | | x | | |

Recomendaciones:

.....

Opinión de Experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos del experto: Dr. / Mg. Uribe Cornelio Guido Elmer

DNI: 70117561



Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio
 Director del Sistema Administrativo II
 Área de Gestión Administrativa
 UGEL - AIJA

Firma



Huella

Ficha de identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:

Ivonee Feli Avila Crespín

N° DNI: 46211751

Edad: 35

Teléfono / Celular: 981 587 705 Email: -----

Título profesional: Administración .

Grado Académico: Maestría Doctorado

Especialidad:

Gestión pública

Institución que labora:

Universidad Unamba

Identificación del proyecto de Investigación o Tesis

Título:


SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURISTICO EL TIO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023.

Autor(es):

CHANG CASTILLO, FELIX ANTONIO

Programa Académico:

Administración


Firma
Avila Crespín Ivonne Feli
DNI N° 46211751

Firma



Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Avila Crespin Ivonee Feli

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: CHANG CASTILLO, FELIX ANTONIO Estudiante del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula “SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURISTICO EL TIO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de identificación de Experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente



CHANG CASTILLO, FELIX ANTONIO
DNI: 45643335

Formato de Ficha de Validación

| FICHA DE VALIDACIÓN TÍTULO: SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURISTICO EL TIO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023 | | | | | | | | |
|---|--|-------------------|------------------|--------------------|------------------|-----------------|------------------|----------------------|
| | VARIABLE 1: Selección de personal | Relevancia | | Pertinencia | | Claridad | | Observaciones |
| | | Cumple | No cumple | Cumple | No cumple | Cumple | No cumple | |
| | Dimensión 1: Reclutamiento | | | | | | | |
| 1 | ¿Cuándo se presenta una vacante la empresa aplica el reclutamiento interno en base a su desempeño y productividad? | x | | x | | x | | |
| 2 | ¿La empresa aplica el reclutamiento a través de ascensos? | x | | x | | x | | |
| 3 | ¿El restaurante utiliza una página de Facebook empresarial para reclutar al personal? | x | | x | | x | | |
| 4 | ¿La empresa utiliza los portales de empleo para reclutar al personal? | x | | x | | x | | |
| 5 | ¿La empresa utiliza las redes sociales para reclutar al personal? | | | | | | | |
| | Dimensión 2: Pruebas de selección | | | | | | | |
| 1 | ¿Considera que las pruebas de conocimiento se encuentran alineadas al perfil que postulo? | x | | x | | x | | |
| 2 | ¿La experiencia presenta en su CV fueron determinantes para salir seleccionado y formar parte de la empresa? | x | | x | | x | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|--|---|--|---|--|
| 3 | ¿La empresa realiza pruebas psicológicas para incorporar nuevo personal? | x | | x | | x | |
| 4 | ¿Le realizaron una evaluación de manejo de estrés durante la evaluación psicológica? | x | | x | | x | |
| 5 | ¿La empresa le explico los resultados positivos y negativos que presento durante la evaluación psicológica? | | | | | | |
| | Variable 2: Procesos de atención al cliente | | | | | | |
| | Dimensión 1: Proceso de contacto con el cliente | | | | | | |
| 1 | ¿Usted se acerca al cliente para darle un saludo cordial? | x | | x | | x | |
| 2 | ¿El tono de voz que tiene es cálido y transmite positivismo? | x | | x | | x | |
| 3 | ¿Usted demuestra seguridad e inspira confianza? | x | | x | | x | |
| | Dimensión 2: Procesos de resolución al cliente | | | | | | |
| 1 | ¿Muestra disposición para aclarar dudas o inquietudes de los clientes? | x | | x | | x | |
| 2 | ¿Frente a una queja o problema, muestra un sincero interés en solucionarlo? | | | | | | |
| 3 | ¿Muestra rapidez en la entrega de productos o servicios? | x | | x | | x | |
| 4 | ¿Cumplen en entregar el producto o servicio en el tiempo prometido? | x | | x | | x | |

| | Dimensión 3: Proceso de finalización | | | | | | | |
|---|---|---|--|---|--|---|--|--|
| 1 | ¿Usted se despide del cliente de una manera amable y cordial? | x | | x | | x | | |
| 2 | ¿Considera o siente que el cliente se va satisfecho de las instalaciones? | x | | x | | x | | |
| 3 | ¿Consideran que una encuesta de satisfacción podría mejorar la calidad de atención? | x | | x | | x | | |

Recomendaciones:

.....

Opinión de Experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos del experto: Dr. / Mg. Avila Crespín Ivonne Feli

DNI: 46211751



Firma
Avila Crespín Ivonne Feli
DNI N° 46211751



Ficha de identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:

Álvarez Gallegos Aurelio Francisco

N° DNI: 29571960

Edad: 51

Teléfono / Celular: 901 208 403 Email: alvarez aurelio958@gmail.com

Título profesional: Administración.

Grado Académico: Maestría _____ Doctorado x

Especialidad:

Gestión pública

Institución que labora:

Unidad de Gestión Educativa Local de Aija

Identificación del proyecto de Investigación o Tesis**Título:**

SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURISTICO EL TIO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023.

Autor(es):

CHANG CASTILLO, FELIX ANTONIO

Programa Académico:

Administración

 UNIVERSIDAD NACIONAL MICHAELA BASTIDAS
ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN


Dr. Aurelio F. Alvarez Gallegos
DNI: 29571960
DOCENTE

Firma



Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Álvarez Gallegos Aurelio Francisco

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: CHANG CASTILLO, FELIX ANTONIO Estudiante del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula “SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURISTICO EL TIO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023” y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de identificación de Experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente



CHANG CASTILLO, FELIX ANTONIO
DNI: 45643335

Formato de Ficha de Validación

| FICHA DE VALIDACIÓN | | | | | | | | |
|---|--|-------------------|------------------|--------------------|------------------|-----------------|------------------|----------------------|
| TÍTULO: SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURISTICO EL TIO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023 | | | | | | | | |
| | VARIABLE 1: Selección de personal | Relevancia | | Pertinencia | | Claridad | | Observaciones |
| | Dimensión 1: Reclutamiento | Cumple | No cumple | Cumple | No cumple | Cumple | No cumple | |
| 1 | ¿Cuándo se presenta una vacante la empresa aplica el reclutamiento interno en base a su desempeño y productividad? | x | | x | | x | | |
| 2 | ¿La empresa aplica el reclutamiento a través de ascensos? | x | | x | | x | | |
| 3 | ¿El restaurante utiliza una página de Facebook empresarial para reclutar al personal? | x | | x | | x | | |
| 4 | ¿La empresa utiliza los portales de empleo para reclutar al personal? | x | | x | | x | | |
| 5 | ¿La empresa utiliza las redes sociales para reclutar al personal? | | | | | | | |
| | Dimensión 2: Pruebas de selección | | | | | | | |
| 1 | ¿Considera que las pruebas de conocimiento se encuentran alineas al perfil que postulo? | x | | x | | x | | |
| 2 | ¿La experiencia presenta en su CV fueron determinantes para salir seleccionado y formar parte de la empresa? | x | | x | | x | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|--|---|--|---|--|
| 3 | ¿La empresa realiza pruebas psicológicas para incorporar nuevo personal? | x | | x | | x | |
| 4 | ¿Le realizaron una evaluación de manejo de estrés durante la evaluación psicológica? | x | | x | | x | |
| 5 | ¿La empresa le explico los resultados positivos y negativos que presento durante la evaluación psicológica? | | | | | | |
| | Variable 2: Procesos de atención al cliente | | | | | | |
| | Dimensión 1: Proceso de contacto con el cliente | | | | | | |
| 1 | ¿Usted se acerca al cliente para darle un saludo cordial? | x | | x | | x | |
| 2 | ¿El tono de voz que tiene es cálido y transmite positivismo? | x | | x | | x | |
| 3 | ¿Usted demuestra seguridad e inspira confianza? | x | | x | | x | |
| | Dimensión 2: Procesos de resolución al cliente | | | | | | |
| 1 | ¿Muestra disposición para aclarar dudas o inquietudes de los clientes? | x | | x | | x | |
| 2 | ¿Frente a una queja o problema, muestra un sincero interés en solucionarlo? | | | | | | |
| 3 | ¿Muestra rapidez en la entrega de productos o servicios? | x | | x | | x | |
| 4 | ¿Cumplen en entregar el producto o servicio en el tiempo prometido? | x | | x | | x | |

| | Dimensión 3: Proceso de finalización | | | | | | |
|---|---|---|--|---|--|---|--|
| 1 | ¿Usted se despide del cliente de una manera amable y cordial? | x | | x | | x | |
| 2 | ¿Considera o siente que el cliente se va satisfecho de las instalaciones? | x | | x | | x | |
| 3 | ¿Consideran que una encuesta de satisfacción podría mejorar la calidad de atención? | x | | x | | x | |

Recomendaciones:

.....
 ...

Opinión de Experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos del experto: Dr. Álvarez Gallegos Aurelio Francisco DNI: 29571960


 UNIVERSIDAD NACIONAL MICHAELA BASTIDAS
 ESCUELA ACADÉMICA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN


Dr. Aurelio F. Alvarez Gallegos
 DNI: 29571960
 DOCENTE



Anexo 04. Confiabilidad del instrumento

SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURÍSTICO EL TÍO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023

| No | SELECCIÓN DE PERSONAL | | | | | | | | | | TOTAL |
|----|-----------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 3 | 1 | 1 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 30 |
| 4 | 1 | 1 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 30 |
| 5 | 1 | 1 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 30 |
| 6 | 1 | 1 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 30 |
| 7 | 1 | 1 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 5 | 2 | 4 | 30 |
| 8 | 1 | 1 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 5 | 4 | 2 | 30 |

| Escala valorativa | Codigo |
|-------------------|--------|
| Siempre | 5 |
| Casi siempre | 4 |
| A veces | 3 |
| Rara vez | 2 |
| Nunca | 1 |

| | | | | | | | | | | | |
|----------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| VARIANZA POBLACIONAL | 3.00 | 3.00 | 1.50 | 1.50 | 0.00 | 1.50 | 1.50 | 0.00 | 1.50 | 1.50 | 75.00 |
|----------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|

| | |
|------------------------|---------|
| K = | 10 item |
| K/(K-1) = | 1.111 |
| $\sum_{i=1}^k s_i^2 =$ | 15.00 |
| $s_i^2 =$ | 75.00 |
| ALFA = | 0.889 |

| RANGO | CONFIABILIDAD |
|--------------|-------------------------|
| 0.53 a menos | Confiabilidad nula |
| 0.54 a 0.59 | Confiabilidad baja |
| 0.60 a 0.65 | Confiable |
| 0.66 a 0.71 | Muy confiable |
| 0.72 a 0.99 | Excelente confiabilidad |
| 1 | Confiabilidad perfecta |

| No | PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE | | | | | | | | | | TOTAL |
|----|---------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|-------|
| | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 | |
| 1 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 1 | 1 | 36 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 32 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 1 | 1 | 36 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 1 | 32 |

| Escala valorativa | Codigo |
|-------------------|--------|
| Siempre | 5 |
| Casi siempre | 4 |
| A veces | 3 |
| Rara vez | 2 |
| Nunca | 1 |

| | | | | | | | | | | | |
|----------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|
| VARIANZA POBLACIONAL | 0.19 | 0.19 | 0.23 | 0.86 | 0.86 | 0.23 | 0.23 | 0.86 | 2.86 | 3.61 | 57.00 |
|----------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|

| | |
|------------------------|---------|
| K = | 10 item |
| K/(K-1) = | 1.111 |
| $\sum_{i=1}^k s_i^2 =$ | 10.13 |
| $s_i^2 =$ | 57.00 |
| ALFA = | 0.914 |

| RANGO | CONFIABILIDAD |
|--------------|-------------------------|
| 0.53 a menos | Confiabilidad nula |
| 0.54 a 0.59 | Confiabilidad baja |
| 0.60 a 0.65 | Confiable |
| 0.66 a 0.71 | Muy confiable |
| 0.72 a 0.99 | Excelente confiabilidad |
| 1 | Confiabilidad perfecta |

Anexo 05. Formato de consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (CIENCIAS SOCIALES)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula: CALIDAD DEL SERVICIO Y SATISFACCIÓN AL CLIENTE EN LA PANADERÍA DULCE BELLA, TINGO MARÍA, 2023.

Y es dirigido por CALERO MORALES, ERICA ELIZABETH, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar las características de la calidad del servicio y satisfacción al cliente en la Panadería Dulce Bella, Tingo María, 2023.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 7 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios de comunicación de la Universidad. Si desea, también podrá escribir al correo licadmcalero@gmail.com, para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Henry Fayol Chávez Espinoza

Fecha: 31/10/2023

Correo electrónico:



Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



Anexo 06. Documento de aprobación de institución para la recolección de información



**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN
COORDINACIÓN DE GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

Año de la unidad, la paz y el desarrollo

Chimbote 30 de noviembre 2023

CARTA N° 00173-2023-2023-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA

Señor/a:

Yuli Sam

RESTAURANT TURISTICO EL TIO SAM S.R.L., CASMA.

Presente:

A través del presente, reciba el cordial saludo en nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, a la vez solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURISTICO EL TIO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023, que involucra la recolección de información/datos del TIO SAM S.R.L., CASMA, a cargo del investigador CHANG CASTILLO, FELIX ANTONIO, con DNI N° 44978495, cuyo asesor es el/la docente CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS.

La investigación se llevará a cabo siguiendo altos estándares éticos y de confidencialidad, y todos los datos recopilados serán utilizados únicamente para los fines de la investigación.

Es propicia la oportunidad, para reiterarle las muestras de mi especial consideración y estima personal.

Atentamente.

Dr. Willy Valle Salvatierra
Coordinador de Gestión de Investigación

Anexo 07. Evidencias de ejecución

| SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURÍSTICO EL TÍO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023 | | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|--|-----------------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| DATOS GENERALES | | | VARIABLE 1: SELECCIÓN DE PERSONAL | | | | | | | | | | |
| ENCUESTADO | Nombre y Apellidos | | Fecha | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 |
| 1 | Anonimo | | 13/11/2023 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 2 | Anonimo | | 13/11/2023 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 |
| 3 | Anonimo | | 13/11/2023 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 |
| 4 | Anonimo | | 13/11/2023 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 2 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 5 | Anonimo | | 13/11/2023 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 6 | Anonimo | | 13/11/2023 | 5 | 2 | 5 | 5 | 1 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 |
| 7 | Anonimo | | 13/11/2023 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 |
| 8 | Anonimo | | 13/11/2023 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 5 |

ITEMS

| Dimensión 1: Reclutamiento | |
|-----------------------------------|---|
| P1 | 1. ¿Cuándo se presenta una vacante la empresa aplica el reclutamiento interno en base a su desempeño y productividad? |
| P2 | 2. ¿La empresa aplica el reclutamiento a través de ascensos? |
| P3 | 3. ¿El restaurante utiliza una página web empresarial para reclutar al personal? |
| P4 | 4. ¿La empresa utiliza los portales de empleo para reclutar al personal? |
| P5 | 5. ¿La empresa utiliza las redes sociales para reclutar al personal? |
| Dimensión 2: Pruebas de selección | |
| P6 | 6. ¿Considera que las pruebas de conocimiento se encuentran alineadas al perfil que postulo? |
| P7 | 7. ¿La experiencia presentada en su CV fueron determinantes para salir seleccionado y formar parte de la empresa? |
| P8 | 8. ¿La empresa realiza pruebas psicológicas para incorporar nuevo personal? |
| P9 | 9. ¿Le realizaron una evaluación de manejo de estrés durante la evaluación psicológica? |
| P10 | 10. ¿La empresa le explico los resultados positivos y negativos que presento durante la evaluación psicológica? |

| ESCALA | VALORES |
|--------------|---------|
| Siempre | 5 |
| Casi siempre | 4 |
| A veces | 3 |
| Rara vez | 2 |
| Nunca | 1 |

| SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURÍSTICO EL TÍO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023 | | | | | | | | | | | | |
|--|--------------------|------------|---|----|----|----|----|----|----|----|----|-----|
| DATOS GENERALES | | | VARIABLE 2: PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE | | | | | | | | | |
| ENCUESTADO | Nombre y Apellidos | Fecha | P1 | P2 | P3 | P4 | P5 | P6 | P7 | P8 | P9 | P10 |
| 1 | Anonimo | 13/11/2023 | 5 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| 2 | Anonimo | 13/11/2023 | 4 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 |
| 3 | Anonimo | 13/11/2023 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 5 |
| 4 | Anonimo | 13/11/2023 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 | Anonimo | 13/11/2023 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 6 | Anonimo | 13/11/2023 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 7 | Anonimo | 13/11/2023 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 |
| 8 | Anonimo | 13/11/2023 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 |

ITEMS

| | Dimensión 1: Proceso de contacto con el cliente |
|-----|---|
| P1 | 1. ¿Usted se acerca al cliente para darle un saludo cordial? |
| P2 | 2. ¿El tono de voz que tiene es cálido y transmite positivismo? |
| P3 | 3. ¿Usted demuestra seguridad e inspira confianza? |
| | Dimensión 2: Procesos de resolución al cliente |
| p4 | 4. ¿Muestra disposición para aclarar dudas o inquietudes de los clientes? |
| p5 | 5. ¿Frente a una queja o problema, muestra un sincero interés en solucionarlo? |
| p6 | 6. ¿Muestra rapidez en la entrega de productos o servicios? |
| p7 | 7. ¿Cumplen en entregar el producto o servicio en el tiempo prometido? |
| | Dimensión 3: Proceso de finalización |
| p8 | 8. ¿Usted se despide del cliente de una manera amable y cordial? |
| p9 | 9. ¿Considera o siente que el cliente se va satisfecho de las instalaciones? |
| p10 | 10. ¿Consideran que una encuesta de satisfacción podría mejorar la calidad de atención? |

| ESCALA | VALORES |
|--------------|---------|
| Siempre | 5 |
| Casi siempre | 4 |
| A veces | 3 |
| Rara vez | 2 |
| Nunca | 1 |

DECLARACIÓN JURADA

Yo, CHANG CASTILLO, FELIX ANTONIO, identificado (a) con DNI: 44978495, con domicilio real: Av.Peru 1273- Distrito Casma - Provincia Casma– Departamento Áncash.

DECLARO BAJO JURAMENTO

En mi condición de (estudiante/bachiller) de administración con código de estudiante: 0412101001 de la Escuela Profesional de Administración. Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2023-1:

1. Que los datos consignados en la tesis titulada: SELECCIÓN DE PERSONAL PARA MEJORAR LOS PROCESOS DE ATENCIÓN AL CLIENTE DEL RESTAURANT TURISTICO EL TIO SAM S.R.L., CASMA, AÑO 2023.

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

Chimbote, 08 de diciembre del 2023.



Firma del estudiante/bachiller
Huella Digital

DNI: 44978495

