



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA  
PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL  
CLIENTE EN LA MICROEMPRESA POLLERÍA RIKI, DISTRITO DE NUEVO  
CHIMBOTE, 2024**

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

**AUTOR**

**YAUCE ORMEÑO, ABEL AMIEL**

**ORCID:0000-0002-9167-4507**

**ASESOR**

**ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA**

**ORCID:0000-0001-9618-6177**

**CHIMBOTE-PERÚ**

**2024**



## FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

### PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN

#### ACTA N° 0144-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **20:30** horas del día **19** de **Junio** 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:

**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE** Presidente  
**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA** Miembro  
**CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS** Miembro  
**Mgtr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA** Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA POLLERÍA RIKI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2024**

**Presentada Por :**  
(0108142043) **YAUCE ORMEÑO ABEL AMIEL**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **MAYORIA**, la tesis, con el calificativo de **13**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciado en Administración**.

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

**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE**  
Presidente

**ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA**  
Miembro

**CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS**  
Miembro

**Mgtr. ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA**  
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: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA POLLERÍA RIKI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2024 Del (de la) estudiante YAUCE ORMEÑO ABEL AMIEL, asesorado por ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 5% 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, 06 de Agosto del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman  
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

## **Dedicatoria**

A mi familia en especial a mis padres por darme el apoyo en todo momento y por enseñarme a salir adelante y no rendirme.

A mis hermanos por darme el apoyo en los momentos difíciles y por ayudarme incondicionalmente en el logro de mis objetivos.

## **Agradecimiento**

A Dios por la vida, la salud,  
cuidarme en todo momento y  
guiarme siempre por el camino  
correcto.

A mis padres por el  
sacrificio, por impulsarme a  
salir adelante, por su apoyo  
moral y por ayudarme  
siempre a cumplir mis logros  
profesionales.

## Índice General

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 .....	19
2.3 Hipótesis .....	31
III. Metodología .....	32
3.1 Tipo, Nivel y Diseño de Investigación .....	32
3.2 Población .....	33
3.3 Operacionalización de las variables .....	36
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	37
3.5 Método de análisis de datos .....	37
3.6 Aspectos Éticos .....	38
IV. Resultados .....	40
V. Discusión .....	52
VI. Conclusiones .....	77
VII. Recomendaciones .....	79
Referencias bibliográficas .....	80

Anexos .....	84
Anexo 01. Matriz de Consistencia .....	84
Anexo 02. Instrumento de recolección de información .....	86
Anexo 03. Ficha técnica de los instrumentos (descripción de propiedades métricas: validez, confiabilidad, u otros) .....	88
Anexo 04. Formato de consentimiento informado u otros .....	104

## Lista de tablas

Tabla 1. Características de la motivación intrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024 .....	40
Tabla 2. Características de la motivación extrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024 .....	42
Tabla 3. Características de la interacción con los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024 .....	44
Tabla 4. Características de la satisfacción de los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024 .....	46
Tabla 5. Propuesta del plan de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024 .....	48



## Lista de figuras

Figura 1. Características de la motivación intrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024 .....	41
Figura 2. Características de la motivación extrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024 .....	43
Figura 3. Características de la interacción con los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024 .....	45
Figura 4. Características de la satisfacción de los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024 .....	47

## **Resumen**

La investigación planteo como objetivo general, establecer una propuesta de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024, el tipo de investigación fue cuantitativo, nivel descriptivo de propuesta, de diseño no experimental y de corte transversal, se tomó una población muestral de 10 trabajadores para la variable motivación laboral y población de 90 y muestra de 73 clientes fidelizados para la variable atención al cliente, para el recojo de información se aplicó la técnica de la encuesta y como instrumento un cuestionario con 16 preguntas en escala de Likert, los resultados fueron: Con respecto a la motivación laboral, el 80.00% de los trabajadores afirman que la empresa nunca brinda capacitaciones que le ayudan a mejorar su crecimiento profesional. El 90.00% de los trabajadores afirman que la pollería nunca le brinda incentivos laborales otorgándole bonos y pagos extras por su productividad. Por otro lado, con respecto a la atención al cliente, el 64.39% de los clientes afirman que en la empresa nunca se atiende con rapidez a los clientes. El 60.28% de los clientes consideran que la atención recibida en la pollería nunca es de calidad. Se concluyó que la microempresa nunca brinda capacitaciones, no brinda incentivos laborales, no se atiende con rapidez y la atención no es de calidad.

Palabras clave: Atención al cliente, Motivación laboral, microempresa

## **Abstract**

The general objective of the research was to establish a proposal to improve work motivation for customer service in the Pollería Riki microenterprise, Nuevo Chimbote District, 2024, the type of research was quantitative, descriptive level of proposal, non-experimental design and cross-sectional, a sample population of 10 workers was taken for the work motivation variable and a population of 90 and a sample of 73 loyal customers for the customer service variable, to collect information the survey technique was applied and as an instrument a questionnaire with 16 questions on a Likert scale, the results were: Regarding work motivation, 80.00% of workers affirm that the company never provides training that helps them improve their professional growth. 90.00% of workers affirm that the poultry shop never provides them with work incentives by granting them bonuses and extra payments for their productivity. On the other hand, with respect to customer service, 64.39% of customers affirm that the company never serves customers quickly. 60.28% of customers consider that the service received in the poultry shop is never of quality. It was concluded that the microenterprise never provides training, does not provide work incentives, is not served quickly and the attention is not of quality.

Keywords: Customer service, Work motivation, microbusiness

## **I. Planteamiento del problema**

Las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme) son de suma relevancia para América Latina y el Caribe (ALC) pues simboliza el 99,5% de todas las empresas, producen aproximadamente el 60,0% de trabajo y aportan alrededor del 25,0% del Producto Bruto Interno (PBI). Sin embargo, las Mipyme se identifican por ser distintas respecto al ingreso a mercados, tecnologías, financiamiento, capital humano y asociación con otras compañías, lo cual influye en su rendimiento, capacidad de exportación y capacidad de crecimiento (Ministerio de la producción, 2021).

A pesar de que las mype son importantes con la contribución de impuestos, el desarrollo económico de los países, la creación de empleos, la generación de puestos de trabajo, la inclusión social, la competitividad, la innovación y la lucha en la reducción de la pobreza, existen algunas deficiencias que hacen que la mayoría de las microempresas desaparezcan del mercado, algunas de estas deficiencias son la falta de motivación laboral y la mala atención que se le brinda a los clientes sobre todo en las microempresas recién constituidas que tienen pocos años de creación y pocos años de actividad comercial en el mercado.

Pero este problema no solo es a nivel nacional sino también internacional:

En España, ante la realidad del desempleo laboral que se vive ahora en el país, se podría contemplar que el trabajo solo se comprende exclusivamente como la fuente económica para complacer las necesidades esenciales de cualquier persona, pero el factor de remuneración económica por si solo es carente y deficiente en motivación en lo que se refiere a la vida laboral de los empleados. Especialmente desde la posición de los dueños de las empresas que con la sola retribución económica no lograra la implicación del trabajador ni su mejor productividad, debido a que el trabajador solo se limitara a cumplir con su trabajo, sin buscar el cumplimiento de los propósitos de la empresa (Omaña, 2020).

En Ecuador, las empresas van adquiriendo cambios conforme a las tendencias del mercado, no obstante, escasas son las que implementan nuevos sistemas únicamente para el talento humano que consigan que los trabajadores se sientan motivados laboralmente al ejecutar las labores establecidas, dado que su trabajo muchas veces no es apreciado ni reconocido,

estableciendo una insatisfacción laboral que reduce la productividad de la empresa (Benavides et al., 2020).

En Perú, hoy en día, la escasez de motivación laboral en los empleados de nuestro país es un problema que se ha presentado a lo largo del tiempo, debido a que únicamente el 24% de los trabajadores en el Perú se sienten motivados. Asimismo, se halló que un 76% de los trabajadores no se sienten motivados en su puesto de trabajo, de este último porcentaje el 22% manifestó que esto se atribuye a que su trabajo no es reconocido, el 20% indica que el ambiente laboral es negativo, el 19% menciona que su jefe no es un buen guía, el 12% muestra inconformidad en el pago, el 10% afirma que no se le remunera los logros alcanzados, el 10% lo atribuye a que no se da un área para cooperar con nuevos proyectos y el 7% porque no les conceden ascensos laborales (Cenepo & Gonzalez, 2023).

A nivel local en Chimbote, la escasez de motivación en el ámbito laboral establece una cuestión influyente, dado que puede originar un resultado desfavorable en la productividad de los empleados. La carencia de incentivos influye en la falta de entusiasmo para realizar algunas labores, lo cual puede conducir a una disminución en la calidad del rendimiento y en el nivel de complacencia en el trabajo. La escasez de motivación puede tener distintas razones, como la ausencia de reconocimiento, la falta de oportunidades de mejora y desarrollo, el exceso de trabajo, entre otros (Agurto & Bocanegra, 2022).

En la Pollería Riki, ubicada en el Distrito de Nuevo Chimbote, los trabajadores tienen mucha carga laboral a pesar de que cumplen con su horario de trabajo de 8 horas, tienen que hacer horas extras por las solicitudes de pedidos por parte de los clientes y esas horas no son remuneradas, cumpliendo con su trabajo solo por necesidades personales. La Pollería Riki, tiene algunos problemas de rapidez en la atención debido a que la atención que brindan no solamente se da en el local sino también por delivery, haciendo que la entrega de los pedidos demore, generando incomodidad en los clientes.

Por todo lo expresado se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024? Y como problemas específicos: ¿Cuáles son las características de la motivación intrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de

Nuevo Chimbote, 2024?; ¿Cuáles son las características de la motivación extrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024?; ¿Cuáles son las características de la interacción con los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024?; ¿Cuáles son las características de la satisfacción de los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024?; ¿Cuál es la propuesta del plan de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024?

En la investigación se planteó el siguiente objetivo general: Establecer una propuesta de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024. Y para desarrollar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de la motivación intrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024. Describir las características de la motivación extrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024. Identificar las características de la interacción con los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024. Describir las características de la satisfacción de los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024. Elaborar una propuesta del plan de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.

El estudio se justificó por las siguientes razones: A nivel teórico se justificó porque una vez aprobado ayudo a otros estudiantes como un modelo de estudio con información detallada y verdadera, asimismo se utilizó como un antecedente para sus proyectos de investigación de tesis. A su vez tiene una justificación practica porque una vez terminado favoreció al dueño del negocio en estudio porque se le proporcionó información sobre cuáles son las características de la motivación laboral y la atención al cliente que se dio en su negocio. Del mismo modo presento una justificación metodológica porque apporto dos nuevos instrumentos de recolección de datos, cuestionarios relacionados a la motivación laboral y atención al cliente, los cuales fueron validados por 3 expertos con grado de magister en la carrera profesional de administración y se midió la confiabilidad del instrumento a través del alfa de cronbach obteniendo una buena confiabilidad y sirviendo de guía esta investigación para futuros estudiantes.

## II. Marco teórico

### 2.1. Antecedentes

#### Internacionales

Haro & Moran (2023) en su tesis para optar el título de licenciada en psicología, Universidad de Guayaquil, Ecuador. *Motivación laboral de los trabajadores del Restaurante Ganbaru*, el objetivo general identificar el nivel de motivación laboral de los trabajadores del Restaurante Ganbaru. La investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, la población y muestra coincidió por lo tanto se utilizó a 20 trabajadores del Restaurante Ganbaru, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se utilizó fue un cuestionario, se encontraron los siguientes resultados, Respecto a la desmotivación de los trabajadores de Ganbaru, se logra percibir que el 60% (12) se encuentran en un nivel bajo de desmotivación. En la regulación externa respecto a los niveles se logra percibir que el 95% (19) se encuentran en nivel bajo de regulación externa. En la regulación introyectada respecto a los niveles se logra percibir que el 75% (15) se encuentran en un nivel bajo de regulación introyectada. En la regulación identificada respecto a los niveles se logra identificar que el 95% (19) se encuentran en nivel bajo de regulación identificada. Con respecto a la dimensión motivación intrínseca, se identifica que el 100% (20) se encuentran en nivel bajo de la motivación intrínseca. Se concluye que el formulario R-MAWS, (también conocido como R-MAWS) es una herramienta de evaluación de la motivación basada en la teoría de las condiciones de aprendizaje de Gagné, evaluando los diferentes indicadores de motivación que puedan influir en la capacidad de los empleados de Ganbaru para desarrollar sus actividades de forma motivada.

Ibarra (2021) en su tesis para optar el título de licenciada en psicología. Universidad Nacional Autónoma de México, México. *Generación Millennial como fuerza de trabajo mayoritaria: su motivación laboral e intención de permanencia*, el objetivo general analizar la motivación laboral y la intención de permanencia en una muestra de trabajadores millennials mexicanos. La investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, se utilizó la misma población y muestra de 274 trabajadores millennials mexicanos, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se utilizó fue un cuestionario,

se encontraron los siguientes resultados, En cuanto al lugar en donde trabajan los integrantes millennials de esta muestra se encuentra que la mayor parte se ubican en organizaciones privadas el 69.3% (190 personas). La muestra presenta un mayor porcentaje de trabajadores de empresas grandes el 60.6% (166 personas). Se observa en esta muestra que la mayoría de los trabajadores que la compen poseen un contrato de confianza el 73.7% (202 personas). En cuanto a la categoría en la que actualmente se encuentran los participantes se tiene un mayor porcentaje en el nivel administrativo el 47.4% (130 personas). La muestra exhibe un mayor porcentaje de trabajadores cuya antigüedad en la organización es de 1 año a menos de 3 años el 30.7% (84 participantes). Se concluye que con el transcurrir de los años las organizaciones se ven expuestas a distintos cambios, externos e internos. Dentro de los primeros se pueden nombrar la globalización, la innovación constante de las tecnologías y la transición de las generaciones a raíz de estos surgen modificaciones internas como el cambio de la fuerza laboral.

Almonte et al. (2019) en su tesis para optar por el título de licenciatura en psicología industrial, Universidad Dominicana O&M, Republica Dominicana. *Identificar la influencia de la motivación en el comportamiento laboral de los colaboradores de la empresa Restaurante el Conuco Santo Domingo, periodo enero - abril 2019*, el objetivo general determinar la influencia de la motivación en el comportamiento laboral de los colaboradores en la empresa restaurant el conuco santo domingo, periodo enero - abril 2019. La investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, la población estuvo constituida por 40 colaboradores y la muestra que se utilizó en este estudio fue de 30 colaboradores de la empresa El restaurant El Conuco en Santo Domingo, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se utilizo fue un cuestionario con 5 preguntas, se encontraron los siguientes resultados, En el cuestionario aplicado a los colaboradores de la empresa Restaurant el Conuco, un 47% dice tener una motivación intermedia. El 47% de los encuestados considera que no es justo el salario recibido en relación a su trabajo y esfuerzo. De los colaboradores encuestados, el 57% de ellos dice que prefiere el trabajo en equipo. El 53% de los colaboradores encuestados considera que el buen trato por parte de sus superiores es lo que más influye en sus labores. El 53% de los entrevistados dijo que la medida que debería aplicarse para reforzar y mejorar la motivación laboral en su empresa es reforzar la comunicación efectiva entre jefe – colaborador. Se concluye que este trabajo de investigación que fue realizado en restaurant El Conuco, nos permitió



verificar que la motivación es un punto importante en cada entidad laboral, y que de esta dependen muchos factores dentro de la empresa y que también influyen en la vida de los empleados tanto laboral como personal.

Angulo & Franco (2023) en su tesis para optar el título de administrador de empresas, Universidad Libre, Colombia. *Plan de mejoramiento en la calidad del servicio del restaurante El Palacio de la Costilla de la ciudad de Pereira*, el objetivo general proponer un plan de mejoramiento para el restaurante El Palacio de la Costilla de la ciudad de Pereira, en relación con el servicio al cliente, al implementar el sistema de autoservicio. La investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, la población estuvo constituida por 409,760 personas de la ciudad de Pereira y la muestra que se utilizó en esta investigación fue de 142 personas, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se utilizó fue un cuestionario, se encontraron los siguientes resultados, El restaurante tiene equipos actualizados, en este grafico se demuestra que la mayoría de los clientes, con un porcentaje de 32% están en más que desacuerdo. Las instalaciones físicas del restaurante son visualmente atractivas, en este ítem se demuestra que las instalaciones físicas si son visualmente atractivas, lo que es un aspecto a su favor, con el 30% de aprobación. Los empleados del restaurante están bien vestidos y parecen limpios, se demuestra de acuerdo a la gráfica que los clientes creen que los empleados están de acuerdo a una buena presentación ante el cliente, con un 30% de aprobación. La apariencia de las instalaciones físicas del restaurante son acordes con el tipo de servicios que brinda, según lo muestra este gráfico, la apariencia de las instalaciones físicas es positiva, de acuerdo al tipo de servicios que brinda el restaurante, con un 25% de aprobación. Cuando el restaurante promete hacer un pedido en un tiempo determinado lo hace, existen dudas en este ítem, pero es muy poca la diferencia porque 29% es un rango muy corto respecto al cumplimiento del tiempo, para hacer efectivo un pedido. Cuando tengo un problema con el servicio el restaurante lo soluciona, en este ítem, parece que el restaurante se esfuerza por solucionar esta problemática, puesto que la mayoría de los encuestados se hayan en un rango de 30%, que no están de acuerdo ni de desacuerdo. El restaurante es confiable, según esta grafica se deduce que el restaurante es confiable, con un 32% de su resultado. El restaurante tiene correctamente establecidos los tiempos de entrega de los pedidos, conforme a este gráfico, existen dudas acerca de los tiempos de entrega de los pedidos, con un 27% de dudosos. El

restaurante mantiene un orden en los pedidos, en este gráfico se demuestra que, a pesar de todo un 31% aunque se mantiene neutral, que el restaurante si mantiene un orden en los pedidos. El restaurante especifica el tiempo en que se entregan los pedidos, existen dudas al respecto, porque el 28% no se aclaran si están en acuerdo o desacuerdo con el tiempo de la entrega de los pedidos. Se recibe un servicio rápido de los empleados ante cualquier eventualidad, en este ítem, el 38% parece que la mayoría tienen dudas respecto a la rapidez de la entrega del servicio. Se concluye que se debe instaurar una propuesta para la mejora de los servicios del restaurante El Palacio de la Costilla, con enfoque a la optimización del servicio al cliente, enfocada en un negocio de autoservicio.

Pilar (2023) en su tesis para optar el título de licenciatura en administración turística y hotelera, Universidad Apec, Republica Dominicana. *Propuesta de mejoras en servicio al cliente de Restaurantes de Categoría de Dos Tenedores en Santo Domingo, República Dominicana*, el objetivo general analizar el servicio al cliente en los restaurantes de categoría de dos tenedores durante el periodo de 2022-2023. La investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, La población fueron 7 restaurantes de categoría de dos tenedores ubicados en la zona del Viejo Arroyo Hondo en Santo Domingo, República Dominicana y la muestra que se utilizo fue de 48 clientes de los restaurantes de categoría de dos tenedores, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se utilizo fue un cuestionario, se encontraron los siguientes resultados, Según los datos arrojados, el 59.6% de los encuestados conocen las clasificaciones por categoría de tenedores de los restaurantes. Según los datos arrojados, el 50% de los encuestados suelen ir a restaurantes de categoría de dos tenedores mensualmente. Según los datos obtenidos, el 54.2% de los encuestados evalúan el servicio ofrecido por los camareros en atención y tiempo como bueno. Según los datos arrojados, el 64.6% de los encuestados consideran que el servicio al cliente en ese establecimiento es bueno. Según los datos arrojados, el 48.9% de los encuestados consideran que en general el servicio al cliente en restaurantes de categoría de dos tenedores es bueno. Se concluye que se diseñó una propuesta para el buen manejo de atención al cliente, realizando un levantamiento de los restaurantes de categoría de dos tenedores de una población específica.

Montoya (2020) en su tesis para optar el título de licenciado en administración de empresas, Universidad Icesi, Colombia. *Percepción de la calidad del servicio en los*

*Restaurantes de Comida Rápida de la Ciudad de Cali*, el objetivo general conocer la percepción sobre la calidad de servicio en los restaurantes de comida rápida de estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Cali en el año 2020. La investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, la población de estudio fueron 14 gerentes y administradores de restaurantes de comida rápida y la muestra que se utilizó en este estudio fue de 150 clientes de los restaurantes de comida rápida de la Ciudad de Cali, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se utilizó fue un cuestionario, se encontraron los siguientes resultados, Los consumidores asisten mayormente a restaurantes de este tipo de comida los fines de semana (72%). Los participantes del estudio expresen que asisten a restaurantes de comida rápida principalmente por actividades sociales (44%). El 61% de los consumidores prefieren establecimientos medianos, pues brinda una mayor intimidad y mejor servicio. El 53% de los clientes considera de gran importancia al momento de seleccionar un restaurante la decoración del establecimiento, pues brinda un buen ambiente que propicia tranquilidad y confort. Los encuestados consideran relevante el aspecto de tiempo, donde 56% toma en cuenta esta variable para elegir el establecimiento de comida rápida. Se concluye que la presente investigación se efectuó con el objetivo de conocer cuál es la percepción de calidad de servicio de los restaurantes de comida rápida. Mediante la recopilación de información quedó en evidencia que la percepción de la calidad del servicio está ligada a aspectos de satisfacción, preferencias y hábitos de consumo de los clientes.

## **Nacionales**

Cardenas (2023) en su tesis para optar el grado de licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. *Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en la microempresa Restaurant Pollería Rodrigo's Chicken Distrito de San Vicente de Cañete, 2023*, el objetivo general establecer un plan de propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en la microempresa restaurant pollería Rodrigo's Chicken Distrito de San Vicente de Cañete, 2023. Fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, la población estuvo constituida por 10 trabajadores de la pollería y la muestra estuvo constituida por 384 clientes de la pollería, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se utilizó fue un cuestionario con 20 preguntas, se encontraron los siguientes resultados, el 100% de los trabajadores indicaron que la empresa nunca brinda

incentivos económicos para un mejor rendimiento. El 60% señalaron que el dueño de la empresa muy pocas veces se comunica con el personal para incentivar y promover el cumplimiento de los objetivos. El 90% señalaron que la empresa siempre incentiva brindando facilidades o ayuda frente a problemas personales. El 70% de los trabajadores indicaron que muy pocas veces la empresa reconoce y respeta sus aportaciones. El 100% señalaron que nunca la empresa realiza reconocimientos por un excelente desempeño. El 90% señalaron que muy pocas veces la empresa realiza capacitaciones para un mejor desempeño. El 100% de los trabajadores indicaron que siempre realizan sus labores por satisfacción personal por agrado y gusto a su trabajo. El 70% señalaron que siempre están en constante aprendizaje para desarrollarse individualmente como profesional y obtener satisfacción personal. El 100% señalaron que siempre están satisfechos con su capacidad laboral demostrada en el cumplimiento de sus labores. El 80% señalaron que nunca se trazan retos o más responsabilidades para demostrar sus habilidades y capacidad laboral. El 51.43% de los clientes indicaron que muy pocas veces el restaurante satisface sus necesidades brindando precios accesibles en sus productos. El 96.62% señalaron que siempre el restaurante satisface sus necesidades brindando productos de calidad. El 92.47% señalaron que siempre el restaurante cumple con sus expectativas brindando un producto tal y como lo solicito. El 42.08% señalaron que casi siempre el restaurante cumple con sus expectativas brindando una atención rápida y oportuna. El 89.61% señalaron que siempre el restaurante le brinda una calidad de servicio. El 51.69% de los clientes indicaron que siempre el personal de atención comunica y resuelve sus inquietudes e inconvenientes de forma oportuna. El 61.56% señalaron que casi siempre el personal comunica la información clara y precisa al momento de solicitar su orden. El 93.77% señalaron que siempre el trato y comunicación del personal es manera amable y respetuosa. El 55.84% señalaron que muy pocas veces la presentación del personal de atención le causa una grata impresión. El 51.43% señalaron que algunas veces la atención del personal del restaurante le causa una buena impresión. Se concluye que se estableció la propuesta de mejora en el presente trabajo, con la finalidad de implementar acciones de mejora a cada problemática encontrada respecto a las variables de motivación laboral y atención al cliente de la microempresa.

Calvo (2022) en su tesis para optar el grado de licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. *Calidad de servicio y motivación en los trabajadores*

*de los Restaurantes Pollerías en el CP de LLICUA, AMARILIS, HUANUCO – 2022*, el objetivo general determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de LLicua. Fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, la población estuvo constituida por 2 pollerías que se encuentran ubicados en el Centro Poblado de LLicua y la muestra estuvo constituida por 12 trabajadores de 2 pollerías ubicados en el Centro Poblado de LLicua, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se utilizó fue un cuestionario, se encontraron los siguientes resultados, El 50% de los trabajadores afirman que siempre hay una relación entre el valor intrínseco y la motivación. El 67% de los trabajadores afirman que siempre hay una relación entre la condición laboral y la motivación. El 100% de los trabajadores afirman que siempre hay una relación entre el reconocimiento de los esfuerzos y tiempos extras y la motivación. El 50% de los trabajadores afirman que siempre hay una relación entre las metas realistas y la motivación. El 58% de los trabajadores afirman que a veces hay una relación entre el establecimiento de los objetivos y la motivación. Se concluye que en la investigación se determinó la calidad de servicio y la motivación en los trabajadores de los restaurantes pollerías en el Centro Poblado de Llicua, pues la mayoría de los trabajadores sostiene que sin motivación no existe calidad de servicio.

Espinoza (2022) en su tesis para optar el grado de licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. *Propuesta de mejora de la atención al cliente y gestión de calidad de la microempresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022*, el objetivo general Identificar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de la microempresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco 2022. Fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, la población estuvo conformada por 6 trabajadores de la pollería y la muestra estuvo constituida por 35 clientes de la pollería, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se utilizó fue un cuestionario, se encontraron los siguientes resultados, El 40% (14 clientes) manifestó que el restaurant casi siempre le brinda la comodidad que requiere en su instalación. El 49% (17 clientes) manifestó que el restaurant casi siempre contiene con todo lo que usted necesita. El 43% (15 clientes) manifestó que el restaurant casi siempre le brinda la información de sus productos que adquiere. El 46% (16 clientes) manifestó que el personal del restaurant casi

siempre maneja un trato agradable y cordial. El 49% (17 clientes) manifestó que casi siempre el personal del restaurant ofrece su ayuda desde que usted llega. El 46% (16 clientes) manifestó que a veces el restaurant cumple con el producto que se le solicita. El 46% (16 clientes) manifestó que casi siempre están conforme con la información todo sobre el contenido del restaurant. El 46% (16 clientes) manifestó que casi siempre están conforme con el restaurant le brindo un buen servicio. El 46% (16 clientes) manifestó que casi siempre están conforme con el servicio de la Pollería, que es garantizado. Se concluye que, para mejorar es importante que la empresa se centre en atender los aspectos señalados como áreas de mejora. De esta manera, podrá hacer frente de manera efectiva a las amenazas presentes en su entorno competitivo en el distrito.

Pizarro (2022) en su tesis para optar el grado de licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. *Atención al cliente para mejorar la fidelización en la micro empresa Pollería Moly, Distrito Ayacucho, 2022*, el objetivo general identificar las características de la atención al cliente para mejorar la fidelización en la micro empresa pollería moly, distrito Ayacucho, 2022. Fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, la población estuvo constituida únicamente por 384 clientes de la pollería, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se utilizo fue un cuestionario, se encontraron los siguientes resultados, El 21.61% considera como siempre que la comunicación es adecuada entre los trabajadores y los clientes. El 20.83% indicaron siempre perciben que los trabajadores de la pollería tienen capacidad de escuchar. El 56.05% indicaron siempre perciben que el manejo de quejas es adecuado por parte de los trabajadores. El 23.83% indicaron que siempre los trabajadores son amables. El 42.19% indicaron que casi siempre consideran que los trabajadores tienen una buena actitud servicial. El 21.88% indicaron siempre los trabajadores de la pollería tienen buen trato. El 32.55% indicaron que siempre han encontrado la calidad esperada de los productos. El 44.27% indicaron siempre han encontrado la calidad esperada de servicios. El 41.41% indicaron que la pollería siempre cumple con sus expectativas. El 41.67% indicaron siempre el área de cocina está debidamente equipada. El 49.74% indicaron siempre que el área de servicio está debidamente equipada. Se concluye que, si se aprecia la satisfacción del comensal en la Pollería Moly partiendo de la calidad de los pollos

a la brasa, asimismo la calidad del servicio con respecto a la comida y se ha cumplido con sus expectativas.

Reategui (2022) en su tesis para optar el grado de licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. *Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro Pollerías, Callería, Pucallpa, 2022*, el objetivo general determinar la propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del rubro Pollerías, Callería, Pucallpa, 2022. Fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, la población estuvo conformada por 84 representantes de las pollerías y la muestra estuvo constituida por 384 clientes de la pollería, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se utilizó fue un cuestionario, se encontraron los siguientes resultados, el 88,5% de los clientes encuestados indican que con frecuencia encuentran el producto o disposición del plato, usualmente el pollo a la brasa, cuando acuden a la pollería de su preferencia, esto representa un claro enfoque en el cliente y su respectivo servicio. El 39,1% de los encuestados indican que el personal con cierta frecuencia no es rápido en la atención al cliente. Se identifica que siempre 92,7% los clientes identifican el precio de los platos que la pollería oferta, práctica que representa claridad y comunicación en la relación comercial. Los clientes 79,9% han identificado que casi con frecuencia el personal que atiende en las pollerías responde no conocer cómo se preparan los platos que se expenden, situación que evidencia una clara falta de capacitación y supervisión de parte de la microempresa y que en consecuencia daña la imagen de la pollería y el nivel de satisfacción del cliente. El 80,9% de los clientes se quejan por la falta de actitud, cortesía y amabilidad del personal que atiende en las pollerías y nuevamente se evidencia la falta de capacitación e identificación de este comportamiento en el personal por parte de la administración de las pollerías. Los clientes señalan 44,7% que algunas veces el personal no ha contestado las dudas o preguntas que se les ha formulado, volviendo a convertirse en eventos de falta de atención al cliente. El 49,4% de los clientes tienen la percepción que las pollerías mantienen una infraestructura improvisada que no brinda comodidad. El 32,1% de los clientes identifican la carencia de organización y atención al cliente desde el ingreso a la pollería, lo cual demuestra la carencia de un protocolo de atención al cliente. Los clientes 76,8% reconocen que el personal de la pollería se presentan muy interesados en vender pero sin los argumentos de un

enfoque en el servicio y satisfacción al cliente. Se concluye que la investigación determinó una propuesta de mejora que recoge los aspectos con prioridad de atención para mejorar la atención al cliente que constituya un soporte a la gestión de las microempresas de pollerías del distrito de Callería.

Tito (2021) en su tesis para optar el grado de licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. *Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas Del Sector Servicio Rubro Pollería, Caso: D'Ladys Distrito y Provincia de Huancané, 2021*, el objetivo general elaborar una propuesta de mejora de Atención al Cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro Pollería Caso: D'Ladys Distrito y Provincia de Huancané, 2021. Fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, la población estuvo constituida por la pollería D'Ladys del sector servicio – rubro restaurantes y pollerías del distrito y Provincia de Huancané, 2021 y la muestra estuvo constituida por 381 clientes de la pollería D'Ladys, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se utilizó fue un cuestionario, se encontraron los siguientes resultados, el 34.65% están ni de acuerdo ni en desacuerdo en la calificación de la atención al cliente de la pollería. El 42.52% están en desacuerdo que la pollería supero las expectativas del cliente. El 37.01% están en desacuerdo que la atención que brindan es personalizada. El 33.86% están ni de acuerdo ni en desacuerdo que la atención que recibió de la pollería es amable y eficaz. El 34.65% están ni de acuerdo ni en desacuerdo con la rapidez en la respuesta cuando realiza un pedido. Se concluye que se elaboró la propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro Pollería Caso D'Ladys Distrito y Provincia de Huancané, 2021.

### **Regionales**

Robles (2022) en su tesis para optar el grado de licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. *Motivación y desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas del Rubro Restaurante: Caso el Granjero Pollería Criolla de la Ciudad de Huaraz – 2022*, el objetivo general determinar las características de la motivación y desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante: caso El Granjero



Pollería Criolla de la ciudad de Huaraz – 2022. Fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, la población estuvo constituida por todos los colaboradores de El Granjero Pollería Criolla de la Ciudad de Huaraz y la muestra estuvo constituida por 15 colaboradores de el Granjero Pollería Criolla de la Ciudad de Huaraz, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se utilizo fue un cuestionario, se encontraron los siguientes resultados, de acuerdo del total de encuestados sobre la pregunta; la dirección propicia un ambiente adecuado que genera confianza, accesibilidad y facilidad al comunicarse con ellos, donde el 33.3% sostienen estar casi siempre. En cuanto del total de encuestados frente a la pregunta; sostengo que la asignación y ubicación del área donde realizó mis tareas me permite laborar cómodamente y con gran eficiencia, donde el 33,3% mencionan estar casi siempre. Referente del total de encuestados sobre la pregunta; consideró que mi retribución económica está acorde a la actividad laboral que realizó, de los cuales el 33,3% opinan que nunca. El total de encuestados referente a la pregunta; presento una adecuada relación con mi entorno laboral, de los cuales el 40,0% afirman estar casi siempre. En base del total de encuestados, sobre la pregunta, mi superior me brinda reconocimiento por la tarea desarrollada adecuadamente, de los cuales el 40,0% respondieron estar siempre. Se concluye que de acuerdo a los datos recabados mediante los instrumentos establecidos en la escala Likert, donde se evidenció que en el presente estudio la gestión puesta en marcha en el restaurante es adecuada entre la motivación y desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurante: caso El Granjero Pollería Criolla de la ciudad de Huaraz en base a la percepción a los colaboradores de dicha MYPE.

Laura (2022) en su tesis para optar el grado de licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. *Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las mype del Sector Servicio Rubro Pollería, Caso Beguiss Distrito de San José, 2022*, el objetivo general identificar la propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de la Mype, rubro pollería, caso BEGUISS distrito de San José, 2022. Fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, la población estuvo constituida por la pollería Beguiss que se encuentra ubicado en el distrito de San José y la muestra estuvo constituida por 303 clientes de la Pollería Beguiss del distrito de San José, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se

utilizo fue un cuestionario, se encontraron los siguientes resultados, La Atención brindada superó las expectativas del cliente, el 37% de los encuestados indican que están de De acuerdo. Está de acuerdo con la presentación del personal que atiende la pollería, el 45% de los encuestados indican que están de De acuerdo. La pollería cumple con el tiempo de servicio indicado, el 47% de los encuestados indican que están de De acuerdo. En qué medida está conforme con la atención que brindan al cliente, el 46% de los encuestados indican que están de De acuerdo. La pollería brinda sus servicios de acuerdo a sus necesidades de cada cliente, el 36% de los encuestados indican que están de De acuerdo. Se concluye que de acuerdo a los resultados encontrados la propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para gestión de calidad de las Micro y Pequeñas Empresas del sector servicio rubro Pollería Caso Beguiss Distrito de San José, 2022, se detalla realizar mejoras en cuanto a los empleados de acuerdo a los resultados obtenidos.

Sakamoto (2021) en su tesis para optar el grado de licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. *Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Distrito de Nuevo Chimbote, 2021*, el objetivo general determinar si la mejora de motivación laboral y atención al cliente permite una adecuada administración en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. Fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y de diseño no experimental, la población estuvo constituida por 53 trabajadores de la pollería y la muestra estuvo constituida por 384 clientes de la pollería, se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento que se utilizó fue un cuestionario con 20 preguntas, se encontraron los siguientes resultados, El 43,4% de los trabajadores algunas veces cumplen con el horario establecido. El 41,5% menciona que algunas veces las empresas cumplen con el salario por su desempeño. El 41,5% menciona que algunas veces las empresas dan capacitaciones por su desempeño laboral. El 34% de las empresas algunas veces entregan premios por su buen desempeño laboral. El 51% de los trabajadores algunas veces reciben un reconocimiento a su buen desempeño. El 37,7% se menciona que las empresas muy pocas veces reconocen mi esfuerzo y dedicación. El 49,1% menciona que las empresas algunas veces respetan las ideas de sus colaboradores. El 35,8% se dice que los jefes algunas veces proponen métodos de trabajo. El 39,6% algunas veces las empresas cumplen con las normas de seguridad

en el trabajo. El 45,3% algunas veces la empresa protege el bienestar en la salud del trabajador. El 45,3% muy pocas veces se siente satisfecho con la atención brindada. El 41,7% algunas veces se encuentra satisfecho por el pago del producto o servicio. El 56% casi siempre están satisfechos con nuestros productos o servicios. El 46,9% algunas veces la empresa satisface sus expectativas a la hora de consumir nuestros productos. El 59,1% casi siempre la empresa te genera confianza para nuestros productos o servicios. El 64,5% casi siempre tiene la sensación que la empresa brinda productos de calidad. El 54,7% muy pocas veces los clientes sienten una sensación de agrado cuando son atendidos. El 54,7% muy pocas veces los empleados no están dispuestos ayudar a los clientes. El 56,8% muy pocas veces ofrecen un servicio rápido. El 55,9% muy pocas veces de los empleados son amables. Se concluye que se elaboró un plan de mejora con la finalidad de brindar herramientas, técnicas y estrategias que van a permitir ayudar las microempresas, para que puedan ser más productivas y brinden una adecuada motivación con sus trabajadores y lograr una atención al cliente buena.

Navarro (2019) en su tesis para optar el grado de licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. *Gestión de calidad y atención al cliente de la Pollería Gonzalitos, Distrito de Bellavista, 2019*, tiene como objetivo general describir la gestión de calidad y atención al cliente de la pollería Gonzalitos, Distrito de Bellavista, 2019, la investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo, de diseño no experimental y corte transversal, con una población de 10 trabajadores y una muestra de 68 clientes, se utilizó como instrumento el cuestionario y la técnica utilizada fue la encuesta, tuvo como resultados que el 60% de trabajadores encuestados respondieron que siempre la empresa busca la manera de resolver las dudas de sus clientes. El 60% de trabajadores encuestados respondieron que siempre los trabajadores actúan de manera autónoma al momento de atender a los clientes. El 50% de trabajadores encuestados respondieron que siempre el personal se une para ofrecer una atención adecuada. El 60% de trabajadores encuestados respondieron que siempre la empresa procede debidamente al momento de atender un reclamo. El 60% de trabajadores encuestados respondieron que siempre la empresa brinda una respuesta rápida y oportuna a las dudas y reclamos de los clientes. El 40% de trabajadores encuestados respondieron que siempre la empresa se preocupa por innovar y mejorar sus productos. El 50% de trabajadores encuestados respondieron que siempre para la toma de decisiones de la empresa se analizan las opiniones y

sugerencias de los clientes. El 80% de trabajadores encuestados respondieron que siempre las instalaciones de la empresa son actas para atender al público. El 70% de trabajadores encuestados respondieron que siempre los trabajadores cuentan con la vestimenta adecuada. El 50% de trabajadores encuestados respondieron que siempre la empresa utiliza equipos tecnológicos que mejoran la manera de atender a los clientes. El 70,6% de clientes encuestados respondieron que siempre la empresa cumple con las promociones ofertadas. El 39,7% de clientes encuestados respondieron que siempre la empresa toma en cuenta los intereses que tiene como cliente. El 27,9% de clientes encuestados respondieron que a veces la entrega del producto se da en el tiempo establecido. El 55,9% de clientes encuestados respondieron que siempre se siente satisfecho con los productos que compra en la empresa. El 45,6% de clientes encuestados respondieron que casi siempre los trabajadores al atenderlo evitan involucrar sus problemas personales. El 63,2% de clientes encuestados respondieron que siempre consideran que la atención que le ofrece la empresa es la adecuada. El 98,5% de clientes encuestados respondieron que nunca han sufrido discriminación por parte de los trabajadores de la empresa. El 88,2% de clientes encuestados respondieron que siempre los trabajadores evitan interferir al momento de realizar la elección de su pedido. Se concluye que la empresa se preocupa por alcanzar una adecuada gestión de calidad, por ello, busca la manera de brindar una atención adecuada otorgando autonomía a sus trabajadores para que resuelvan las dudas, consultas y reclamos que los clientes puedan tener, de tal manera, se pueda dar respuesta rápida y oportuna, no obstante, existe descuido en el mejoramiento y lanzamientos de nuevos productos, por otra parte, para la toma de decisiones de la empresa solo se toma en cuenta una parte de las opiniones y sugerencias de los clientes. En general la empresa cumple en gran parte con los principios que garantizan una adecuada gestión de calidad.

Canova (2019) en su tesis para optar el grado de licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. *Caracterización de la Gestión de Calidad y Atención al Cliente de las mype, rubro pollerías de la URB. Enrique Lopez Albuja I y II Etapa, Sullana – 2019*, tiene como objetivo general Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente de las MYPE, rubro pollerías de la urb. Enrique López Albuja I y II etapa, Sullana – 2019. El diseño de la investigación fue de nivel descriptivo, de diseño no experimental y transversal. Con una población de 7 mypes y una muestra de 50 clientes. Se

utilizó como instrumento el cuestionario y la técnica utilizada fue la encuesta. Tuvo como resultados que el 60% de los propietarios afirma que la empresa si ofrece productos de buena calidad. El 70% de los encuestados deducen que la empresa si controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente. El 80% de los propietarios encuestados deducen que si es adecuado el espacio donde son colocados los productos y tales servicios de la empresa. El 90% de los encuestados si considera que la empresa se preocupa por la satisfacción del cliente y su necesidad respecto a la calidad del producto. El 70% de los propietarios deduce que la empresa si estudia las condiciones económicas del cliente con el fin de ofrecer un producto acorde a su capacidad económicas. Se concluye que más de la mitad si ofrecen productos de buena calidad, además deducen que la empresa si controla el buen estado y manipulación de cada producto que ofrece al cliente.

Huaman (2019) en su tesis para optar el grado de licenciado en administración, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Perú. *Propuesta de Mejora de Atención al Cliente para la Gestión de Calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: Caso Restaurant – Pollería Rodrigo S. San Vicente - Cañete, 2019*, tiene como objetivo general Elaborar la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: caso restaurant – pollería Rodrigo s, San Vicente – Cañete, 2019. El diseño de la investigación fue de nivel descriptivo, de diseño no experimental y transversal. Con una población de 23 mypes y una muestra de 382 clientes. Se utilizó como instrumento el cuestionario y la técnica utilizada fue la encuesta. Tuvo como resultados que los representantes del Restaurant – Pollería Rodrigo S el 100% está de acuerdo que el cliente es la prioridad en su negocio. Los representantes del Restaurant – Pollería Rodrigo S, el 100% está de acuerdo que la calidad de los productos garantiza satisfacción al cliente. El 67% está totalmente de acuerdo que el ambiente del restaurant es acogedor. El 67% está de acuerdo con mejorar la calidad del producto y servicio. El 100% está de acuerdo en asistir a las capacitaciones programadas. Se concluye que se elaboró la propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes caso Restaurant – Pollería Rodrigo s, San Vicente – Cañete, 2019.

## 2.2. Bases teóricas

### **Variable 1: Motivación Laboral**

La motivación laboral se explica a la oportunidad que posee una empresa de motivar a sus trabajadores a sostener, progresar, perfeccionar o reformar su productividad o conducta mediante incentivos. Este tipo de motivación laboral es clave para aumentar la productividad empresarial y del equipo en diversas actividades, además de garantizar que cada miembro del equipo se sienta satisfecho con su trabajo y se identifique con sus valores. Esta es la mejor manera de hacer que los empleados se sientan una parte importante de la empresa y aporten lo mejor de sí (Zambrano, 2023).

### **Importancia de la motivación laboral**

Uno de los factores importantes para cualquier empresa es que cada uno de sus trabajadores posean una motivación laboral propia, porque ellos constituyen el impulso para que una empresa siga creciendo y logren sus propósitos, es por eso que la motivación laboral es un método importante para cualquier empresa. Para mejorar la motivación laboral es indispensable vincular la comunicación en todos los niveles de la empresa, tanto entre los trabajadores con los jefes y los gerentes, de esta manera lograremos incrementar la productividad en la empresa. Asimismo, se deben promover valores como el respeto, la responsabilidad, la justicia, la empatía entre otros. Igualmente es esencial encontrar un equilibrio entre la vida familiar de los empleados con sus ocupaciones laborales, manifestar interés por sus necesidades y ayudarlos (Zambrano, 2023).

### **Ventajas de la motivación laboral**

Desarrollar programas y acciones para fomentar la motivación laboral puede traer enormes ventajas para una empresa y se distinguen las siguientes:

- **Lograr mayor compromiso laboral:** Uno de los beneficios más considerables de efectuar programas para promover la motivación laboral es el incremento del compromiso de los trabajadores, que cuando la compañía le ofrece al trabajador incentivos para prosperar en su calidad de vida y en su crecimiento profesional el trabajador se compromete con la empresa (González, 2018).

- **Se cuida la retención de talentos:** La retención de trabajadores fieles es muy significativo dado que los gastos de contratación y adiestramiento de nuevos trabajadores pueden ser muy costoso para la compañía, mientras que la estabilidad de trabajadores con experiencia en el cargo no solo descarta estos gastos, sino que ayuda a simplificar los procedimientos y el entendimiento interno de la empresa (González, 2018).
- **Se mejora el clima laboral:** La motivación laboral ayuda a originar un favorable clima laboral, contar con un buen clima laboral es importante porque cuando los empleados trabajan en un entorno seguro que les eleva la moral, están más motivados para hacer bien su trabajo. Los factores intangibles son importantes para crear un buen ambiente de trabajo porque este tipo de factores determina lo que las personas piensan sobre su trabajo, la calidad de las interacciones entre los empleados y lo que sienten sobre sus vínculos con sus compañeros de trabajo, entre estos factores podemos incluir la confianza, el apoyo, la credibilidad, el respeto, el reconocimiento entre otros. Si no cuidamos el clima laboral en nuestra empresa corremos el riesgo de quedarnos sin nuestros mejores trabajadores (González, 2018).
- **Se potencia el rendimiento:** Los trabajadores motivados suelen laborar más, ser puntuales en su horario de trabajo y concentrarse en sus labores cotidianas, los niveles de rendimiento pueden incrementar y la productividad de la compañía puede ser superior. El rendimiento laboral se refiere a la excelencia de la labor que una persona realiza en sus actividades diarias dentro de un periodo específico, es un concepto que ayuda a comprender como un empleado se desempeña en sus funciones, aquí se toman en cuenta diversos factores como la eficiencia y eficacia con la que una persona se desempeña en su cargo, teniendo en cuenta los deberes, las expectativas y las responsabilidades que se le asignan (González, 2018).
- **Trabajo en equipo:** Trabajar en equipo ofrece múltiples beneficios, al colaborar conseguimos concluir las labores de manera más rápida y efectiva. Además, propicia el intercambio de conocimientos y destrezas entre los miembros, lo que potencia la generación de soluciones innovadoras y creativas. La comunicación y cooperación se ven fortalecidas, lo que contribuye a elevar el ánimo y la dinámica laboral. En resumen,

trabajar en equipo puede resultar en una experiencia sumamente positiva y provechosa para todos los trabajadores (González, 2018).

### **Técnicas de la motivación laboral**

Estudiamos cada una de ellas a fondo:

- **Adecuación del puesto de trabajo:** Adecuar el puesto de trabajo según las exigencias del trabajador es esencial para lograr una alta motivación laboral, es decir obedecer a los requerimientos que exige el trabajador para su área de trabajo tendrá como resultado un mejor rendimiento en sus labores y una mejor productividad para la empresa. Tener un área de trabajo bien equipada con los materiales y herramientas necesarias será de gran ayuda para todos los trabajadores de la compañía (Zambrano, 2023).
- **Metas claras y viables:** Los trabajadores realizan sus labores de forma más eficaz cuando saben que sus objetivos son reales, comunicar las metas a los empleados de manera coordinada y personal resulta sustancial para incrementar su participación y compromiso con la empresa. Tener las metas claras como empresa te ayudara saber qué es lo que quieres lograr, hacia donde quieres ir y las utilidades que deseas obtener (Zambrano, 2023).
- **Participación de los trabajadores:** Al empleado hay que concederle formar parte de la compañía activamente, conversar constantemente con él, informarle sobre las labores, los propósitos de la compañía y hacerlo participe de las decisiones de la compañía, proporcionara como resultado que el trabajador tenga un sentido de pertenencia con la empresa (Zambrano, 2023).
- **Dirección:** Uno de los factores más considerables para aplicar la motivación laboral es un liderazgo ingenioso y empático que consiga dirigir los esfuerzos globales hacia propósitos bien determinados y con utilidades visibles, es necesario asegurarse que todos los trabajadores comprendan la misión y visión general de la compañía puesto que si todos los trabajadores comprenden como sus acciones personales pueden colaborar con el propósito general de la compañía, esto les generara la motivación necesaria para desarrollar bien su trabajo (Zambrano, 2023).



- **Innovación:** Los grupos de trabajo motivados son más competentes de tener lucidez mental para proponer ideas innovadoras que contribuya a la compañía a seguir desarrollándose, asimismo están aptos para optimizar los procedimientos ya establecidos para mejorar la calidad de las labores en todas las áreas de la empresa. La innovación en el entorno laboral consiste en crear, desarrollar e implementar nuevas ideas, si bien puede estar relacionado con los productos o servicios de una compañía, es igualmente importante para la estrategia, los procedimientos y las operaciones de la empresa. Los tipos de innovación pueden incluir tecnología, diferentes modelos de negocio y actividades que impliquen contacto directo con los clientes. Dentro de una empresa la innovación se vuelve más efectiva cuando se integran todos los aspectos de la cultura empresarial, fomentando la participación y colaboración de los trabajadores de todos los niveles, mediante sesiones de intercambio de ideas y la promoción de nuevas perspectivas y métodos de trabajo (Zambrano, 2023).
- **Flexibilidad laboral:** La flexibilidad laboral es la capacidad de los empleados para determinar de forma independiente ciertas características de sus trabajos. Por regla general los horarios de trabajo flexible se entienden de dos maneras, la posibilidad de trabajar de forma remota y la posibilidad de ajustar el horario a las preferencias del empleado. Cada empresa puede elegir su propio modelo flexible de trabajo, pero lo más común es que a los empleados se les deben dar ciertas condiciones, horarios de trabajo semanal, horarios de entrega, responsabilidades, rendición de cuentas y decidir dónde y cómo realizaran su trabajo. Al tomar acciones para promover la flexibilidad laboral, las empresas obtienen un mayor reconocimiento entre los empleados y la sociedad en su conjunto. Son actividades que tienen un impacto positivo tanto en la empresa como en sus empleados, creando un mejor ambiente de trabajo y aumentando la productividad (Zambrano, 2023).

### **Dimensión 1: Motivación Intrínseca**

La motivación intrínseca se manifiesta por el placer de efectuar una labor profesional que se disfruta completamente. Esta unido a la vocación y a la aspiración profesional. En conclusión, es un modo de motivación propia que nace por la alegría de realizar un trabajo de gusto propio (Diaz & González, 2019).

#### **Indicador 1: Superación personal**

- La superación personal ejerce como un mecanismo intrínseco que motiva al hombre a formarse de los errores y empezar la conquista de sí mismo para alcanzar sus metas y propósitos, convirtiéndose en una destacada versión de sí mismo. Es el procedimiento del perfeccionamiento constante, de progreso personal y desarrollo interior en distintas áreas de la vida, ya sea físicos, intelectuales o anímicos. Conlleva fijar metas individuales, esforzarse perseverantemente para conseguirlas y superar dificultades a lo amplio del camino. Este proceso permite implicar el desarrollo de competencias, la obtención de conocimientos, la consolidación de la autoestima, la regulación afectiva, la búsqueda de vínculos saludables y de un mejor bienestar y complacencia en la vida. Es un recorrido personal y constante hacia el desarrollo y la autorrealización (Diaz & González, 2019).

#### **Indicador 2: Crecimiento Profesional**

- El crecimiento profesional es la mejora que se posee en el trabajo o en un área laboral definida, con el propósito de obtener una gran productividad para las empresas. Es la disposición o aspiración de adquirir más conocimientos y competencias, que puedan potenciarte y sobresalir en tu área de trabajo. Es alcanzar una satisfacción personal de los éxitos profesionales que se han conseguido. La finalidad del crecimiento profesional es conseguir una autorrealización (Diaz & González, 2019).

### **Indicador 3: Logros Personales**

- Los logros personales simbolizan los acontecimientos y objetivos conseguidos por una persona a nivel individual, que reflejan su crecimiento, mejora y superación. Estos logros pueden comprender distintos aspectos de la vida, como el entorno profesional, académico, individual o afectivo. Establecen momentos de complacencia individual y orgullo, evidenciando el esfuerzo, la constancia y la capacidad de cada persona para lograr sus metas (Díaz & González, 2019).

### **Indicador 4: Autoaprendizaje**

- El autoaprendizaje es la manera de aprender por sí mismo, se trata de un procedimiento de obtención de conocimientos, capacidades, valores y conductas que la persona efectúa por su parte ya sea mediante la enseñanza o la experiencia laboral. Una persona encaminada al autoaprendizaje investiga por sí mismo la información y lleva adelante el uso o experimentos que requiera (Díaz & González, 2019).

### **Dimensión 2: Motivación Extrínseca**

La motivación extrínseca se da por causas externas, como el incremento del sueldo, la subida profesional, el reconocimiento, perfeccionamiento de técnicas, premios y remuneración extra. Posee la tendencia de condecorar al empleado seguido de algún resultado importante para la empresa (Díaz & González, 2019).

### **Indicador 1: Incentivos Laborales**

- Los incentivos laborales son pequeñas ganancias que puede obtener un trabajador de manera añadida como compensación por su buen trabajo, su puntualidad, su rendimiento o como una manera de motivar la labor de los empleados. Cuando un trabajador considera que su esfuerzo es apreciado y remunerado, tiende a progresar la calidad del trabajo en sus labores frecuentes dentro de la compañía, por lo que los incentivos laborales pueden ser estimados como un modo de inversión para cosechar una labor más eficaz (Díaz & González, 2019).

### **Indicador 2: Reconocimiento Laboral**

- El reconocimiento laboral es un método fundamental para las empresas, ya que permite a los trabajadores sentirse apreciados y motivados en su trabajo. Esta técnica sirve como medida que se decide para reconocer el rendimiento y los logros de los trabajadores en relación a su trabajo. Además, suele ser empleado para fortalecer ciertos comportamientos, que vayan alineados con la cultura de la empresa. Entre los principales reconocimientos que se entregan son a la creatividad, la innovación, el trabajo en grupo entre otros (Díaz & González, 2019).

### **Indicador 3: Ascensos Laborales**

- Un ascenso laboral es un procedimiento por medio del cual un gerente asciende de posición a un trabajador dentro del organigrama de la empresa. Esto posibilita que el profesional crezca laboralmente, reciba mayores obligaciones e incluso un sueldo más elevado. Para ascender a un trabajador se toma en consideración algunos criterios como la antigüedad del empleado, sus logros dentro de la empresa, sus aptitudes y sus capacidades para asumir la nueva área de trabajo (Díaz & González, 2019).

### **Indicador 4: Mejoras salariales**

- Las mejoras salariales es el incremento en la suma de dinero que un empleado recibe como pago por su trabajo, se puede dar de diferentes maneras, como aumentos al año o aumento por un mejor rendimiento. El aumento puede ser en porcentajes agregados o una cantidad de dinero establecida. Este método es apropiado para sostener la satisfacción y fidelidad de los trabajadores de la empresa (Díaz & González, 2019).

### **Variable 2: Atención al cliente**

La atención al cliente es el compuesto de operaciones orientadas en renovar la experiencia de un cliente, con la cual se constituye un procedimiento para solucionar cualquier reto, incertidumbre o dificultades del cliente de forma rápida y eficiente. Esto puede realizarse por diferentes centros de comunicación como teléfono, correo electrónico, chat en vivo y redes sociales (Ariza, 2019).

## **Importancia de la atención al cliente**

La atención al cliente es importante porque es una de las maneras más eficaces de conocer la credibilidad de una marca y uno de los aspectos más importantes para que una empresa se diferencie de sus competidores. Cuando los clientes buscan atención, lo hacen porque confían en su empresa y confían en que usted puede ayudarles rápidamente en cualquier situación. Entonces, la excelencia en la atención al cliente significa estar dispuesto a responderles de la mejor manera posible y ser una presencia positiva en sus vidas (Ariza, 2019).

### **Dimensión 1: Interacción con los clientes**

La interacción con los clientes es importante para toda empresa. Comprende complacer los requerimientos del cliente y asegurar su complacencia por medio de la oferta de productos o servicios. Esta relación no debe finalizar con una única venta, sino extenderse en un vínculo a largo plazo. Para mejorar las interacciones con los clientes, es fundamental ofrecer agradecimiento, empatía e imaginación. Mejorar las interacciones con los clientes comprende fortalecer las capacidades de comunicación, estar disponible en diversos medios de comunicación e integrar software de servicio al cliente para la empresa (Tschohl, 2018).

#### **Indicador 1: Atención presencial**

- La atención presencial es el servicio que se ofrece al cliente de forma directa y en persona. Este modelo de atención puede ser brindado en restaurantes, cines, centros comerciales, supermercados, oficinas entre otros negocios. El propósito primordial es proporcionar una experiencia agradable al cliente, por medio del servicio y la atención al cliente presencial apropiado. Esto comprende entregar información específica sobre los productos y servicios, aclarar dudas e interrogantes, proporcionar recomendaciones, aportar soluciones a inconvenientes, entre otros aspectos (Murillo, 2019).

#### **Indicador 2: Comunicación directa**

- La comunicación directa se basa en todos los medios de comunicación sin intermediarios que las compañías poseen en su sector. Esta manera de comunicarse es efectuada personalmente, por teléfono y redes sociales, lo que comprende tener información precisa sobre algún producto o servicio que los clientes soliciten. Este modo de

comunicarse con los clientes está orientado a la calidad y a la buena comunicación (Murillo, 2019).

### **Indicador 3: Escuchar a los clientes**

- Escuchar a los clientes es un procedimiento que compromete la recepción, el entendimiento y la comprensión de los requerimientos, comentarios y declaraciones de los clientes, con el propósito de hallar una solución que los complazca o incremente su nivel de satisfacción en relación a una marca, producto o servicio. Asimismo, escuchar a los clientes permite que las empresas puedan reconocer sus sectores de oportunidad y entender mejor a su público (Murillo, 2019).

### **Indicador 4: Rapidez en la atención**

- La celeridad con la que tu área de atención al cliente da solución a las solicitudes que obtiene es uno de los elementos más fundamentales para los clientes al momento de calificar a tu compañía, principalmente en este momento que la tecnología ha contribuido a apresurar estos procedimientos en las empresas. De igual manera, es apropiado que haya disposición de atención constantemente que los clientes lo requieran (Murillo, 2019).

### **Dimensión 2: Satisfacción de los clientes**

La satisfacción del cliente es un cálculo que señala el nivel de satisfacción de un cliente al comprar un producto o servicio otorgado por una empresa. Esta medición es el producto de las expectativas del cliente hacia un producto o servicio y el valor auténtico que obtiene de este. La finalidad primordial de una marca es acercarse lo máximo posible a esas expectativas o sobrepasarlas. Las dos variables son las encargadas en precisar en gran escala el nivel de satisfacción de un cliente.

**Valor Percibido:** es el valor que un cliente le asigna a un producto o servicio.

**Expectativas del cliente:** es lo que el cliente espera de un específico producto o servicio (Murillo, 2019).

### **Indicador 1: Nivel de satisfacción**

- Este es el elemento que se da como consecuencia de un procedimiento complicado y diverso cuando un cliente ha comprado un producto o servicio. Es un nivel de satisfacción con la compra, con tu marca o con el producto. Una satisfacción grande y eficiente quiere afirmar que su experiencia fue buena, una intermedia probablemente se deba a que está satisfecho con el producto, pero disgustado con la atención que le brindaron y una baja insatisfacción concuerda a que nada le gusto y tuvo dificultades durante su procedimiento de compra (Murillo, 2019).

### **Indicador 2: Atención de calidad**

- La calidad de atención al cliente es la sensación que tiene un cliente de la experiencia que brinda tu compañía, fundamentada en tu competencia para satisfacer los requerimientos de los clientes y sobrepasar sus expectativas en cada compra. Asimismo, es una medida que señala que tan satisfechos están los clientes con los productos y servicios que ofrece una empresa. Implica factores como rapidez, exactitud, amabilidad entre otros (Murillo, 2019).

### **Indicador 3: Expectativas del cliente**

- Las expectativas del cliente son las vivencias, las interacciones, las cualidades, los estándares de calidad y resultados que desean los clientes de un producto o servicio. Las expectativas de los clientes están definidas por distintos factores, como las interacciones previas, las publicidades, las sugerencias, las influencias culturales y las prioridades personales (Murillo, 2019).

### **Indicador 4: Solución de reclamos**

- El manejo de quejas y reclamos es el procedimiento para atender y solucionar los problemas que los clientes puedan llegar a tener con la compañía. Su propósito es sostener la satisfacción y la retención de los clientes. Las empresas deben entender la

importancia de tener un área y un personal capacitado que conozcan cómo atender una queja o reclamo para impedir que los clientes se vayan (Murillo, 2019).

## **Marco conceptual**

### **Autoestima**

La autoestima es la evaluación que un individuo tiene de sí mismo y que puede ser bueno o malo. Es un criterio psicológico que se realiza con fundamento en las emociones. La construcción de la autoestima se vincula con la aceptación o no de la misma persona, su forma de ser, su temperamento, sus facciones físicas y su modo de vida. Todos los individuos tienen una perspectiva mental de quienes son, en que destacan, en que son deficientes y como los observan los demás (Riso, 2020).

### **Personalidad**

La personalidad es el compuesto de dinámicas psíquicas que conceden las características de un individuo, se trata de una construcción obtenida del análisis del comportamiento de una persona, dicho de otro modo, la personalidad es la manera en como un individuo se comporta o razona. La personalidad es un patrón que comprende la conducta, el razonamiento o sentimientos de una persona. Asimismo, posibilita que una persona pueda desenvolverse en contextos sociales sin ningún problema (Riso, 2020).

### **Autoconfianza**

La autoconfianza hace alusión a la confianza en uno mismo con referencia a las propias competencias, aptitudes y juicios críticos. La autoconfianza está vinculada al convencimiento de ser capaz de conseguir lo que uno se propone o de complacer necesidades individuales o demandas del entorno. La autoconfianza es la convicción propia de que uno es competente de lograr sus metas, efectuar con éxito una labor o solucionar una circunstancia (Riso, 2020).

### **Autocrítica**

La autocrítica es la inteligencia de examinar y evaluar nuestra conducta, emociones y todos los aspectos de nuestra vida en general tanto personal, laboral, sentimental o de buen trato



con las demás personas. La autocrítica puede comprenderse como una cualidad positiva, puesto que si la efectuamos adecuadamente puede ser conveniente para cambiar nuestra forma de comportarnos y de ese modo crecer como persona, para que las críticas sean eficientes y nos impulsen a progresar debemos procurar que estas sean imparciales, en otras palabras, que haya un motivo verdadero para hacerlas, así también, buscar la manera que estas críticas sean constructivas, se fundamenta en plantear probables soluciones para que se origine la mejora. Algunos motivos porque las personas se hacen una autocrítica es por una mala experiencia laboral, personal o afectiva y de esta manera buscan mejorar como persona (Riso, 2020).

### **Aptitudes**

Las aptitudes son las competencias y habilidades propias o conseguidas que tiene una persona para efectuar ciertas labores o funciones con destreza y eficacia, esto se fundamenta en una composición de factores genéticos y del entorno, implicadas características físicas, capacidades cognitivas y competencias en el aprendizaje de forma rápida, las aptitudes pueden desarrollarse y perfeccionarse a lo largo del tiempo, las aptitudes laborales son las competencias que permiten a una persona efectuar designadas funciones dentro de una estructura de trabajo, estas pueden mejorarse por medio de capacitaciones, vivencias, factores que ayuden positivamente en la mejora de las aptitudes laborales (Riso, 2020).

### **Inteligencia emocional**

La inteligencia emocional se describe como un conjunto de destrezas que una persona puede desarrollar desde el nacimiento o a lo largo de su vida, estas habilidades incluyen la capacidad empática, la motivación intrínseca, el autocontrol, el entusiasmo y el manejo de emociones. Se refiere a las habilidades y destrezas psicológicas relacionadas con sentir, comprender, controlar y regular las propias emociones, una persona emocionalmente inteligente es alguien que puede gestionar eficazmente sus emociones para lograr resultados positivos en su vida personal (Riso, 2020).

### **Competente**

Además de la cordialidad que pide la atención al cliente, es esencial que tu personal esté capacitado para proporcionar soluciones eficientes a los inconvenientes de los clientes. Una

orientación adecuada garantizara que los clientes se sientan complacidos con la atención de esta área. Resulta perjudicial que reciban una apresurada contestación, pero que no sea resuelta su incertidumbre (Riso, 2020).

### **2.3. Hipótesis**

En el presente trabajo de investigación titulado Propuesta de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024. No se planteó hipótesis por ser una investigación descriptiva.

Las investigaciones de nivel descriptivo enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática (Espinoza et al., 2023).

### **III. Metodología**

#### **3.1. Tipo, nivel y diseño de la investigación**

##### **Tipo**

La investigación fue de tipo cuantitativo.

El tipo de la investigación fue de tipo cuantitativo porque en la presente investigación se utilizó instrumentos de medición y evaluación tal como el cuestionario que tendrá 16 preguntas para las variables motivación laboral y atención al cliente.

El tipo de investigación fue cuantitativo, porque simboliza un compuesto de procedimientos secuenciales y justificados, además se utilizó en esta investigación instrumentos de medición y evaluación (Espinoza et al., 2023).

##### **Nivel**

La investigación fue de nivel descriptivo- de propuesta.

##### **Descriptivo:**

El nivel de la investigación fue descriptivo porque en la presente investigación solo se describió las variables motivación laboral y atención al cliente.

El diseño descriptivo busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren (Espinoza et al., 2023).

##### **De propuesta:**

La propuesta de investigación se basa en un documento que contiene un plan completo en el cual se reconocen las necesidades, estrategias y funciones para llevarlo a buen término, y responder al planteamiento del problema (Espinoza et al., 2023).

La investigación fue de propuesta porque en la presente investigación se realizó una propuesta de mejora para los problemas encontrados en la microempresa en estudio.

## **Diseño de investigación**

### **No experimental:**

El diseño de la investigación fue no experimental porque en la presente investigación no se manipulo deliberadamente las variables en estudio solo se describió conforme a la realidad sin sufrir modificaciones.

El diseño no experimental se realiza sin manipular deliberadamente las variables, lo que hacemos es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural para analizarlos (Espinoza et al., 2023).

### **Transversal:**

El diseño de la investigación fue transversal porque la presente investigación se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente en el año 2024.

El diseño transversal recolecta datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado (Espinoza et al., 2023).

## **3.2 Población**

Una población es el grupo total de los casos que coinciden con una secuencia de especificaciones (Hernandez & Mendoza, 2019).

- **Población 1. Para la variable motivación laboral:** La población estuvo conformada por 10 trabajadores de la Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024. Información proporcionada por la empresa.

**Términos de inclusión:** Todos los trabajadores de la microempresa pollería Riki.

**Términos de exclusión:** Clientes y proveedores.

- **Población 2. Para la variable atención al cliente:** Se utilizó una población de 90 clientes fidelizados de la microempresa pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024. Según la base de datos de la empresa.

**Términos de inclusión:** Clientes fidelizados de la microempresa pollería Riki.

**Términos de exclusión:** Solo se encuestó a los clientes que se determinaron como muestra hallada a través de la fórmula de población conocida para hallar la muestra.

## Muestra

La muestra es un subgrupo de componentes, que integran ese compuesto detallado en sus propiedades al que denominamos población (Hernandez & Mendoza, 2019).

- **Muestra 1. Para la variable motivación laboral:** La muestra estuvo conformada por 10 trabajadores de la Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.

**Tipo de muestra:** Censal

La muestra censal se utiliza cuando la población es pequeña o finita, por lo que no se escoge una muestra, sino que se toma a toda la población para la investigación. La muestra censal es aquella porción que representa a toda la población (Hernandez & Mendoza, 2019).

- **Muestra 2. Para la variable atención al cliente:** Se utilizó una muestra de 73 clientes fidelizados de la microempresa pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024. La muestra se halló utilizando la siguiente fórmula:

Cálculo de la siguiente muestra:

Donde:

Z = nivel de confianza

N = al número de sujetos que constituyen la población.

p = es la probabilidad a favor

q = es la probabilidad en contra

e = error de estimación

n = tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{NE^2 + Z^2 p \cdot q}$$
$$n = \frac{(1.96^2 \times 0.50 \times 0.50 \times 90)}{(90 \times 0.05^2 + 1.96^2 \times 0.50 \times 0.50)}$$

$$n = 73$$

- La muestra fue de 73 clientes fidelizados de la microempresa pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024. Según el cálculo realizado.

**Tipo de muestra:** Probabilística

En las muestras probabilísticas todos los elementos, unidades o casos de la población tienen al inicio la misma posibilidad de ser elegidos para constituir la muestra y se consigue especificando las características de la población y el tamaño apropiado de la muestra, por medio de una elección aleatoria de los elementos de muestreo (Hernandez & Mendoza, 2019).

### 3.3. Operacionalización de las variables

Variables	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías o valorización
Variable 1 Motivación laboral	La motivación de un trabajador se constituye de una gran cantidad de motivos, que pueden ser intrínsecos o extrínsecos. Las empresas poseen la oportunidad de influir en los dos modos de motivación con los métodos de motivación apropiados. (Zambrano, 2023)	Motivación intrínseca  Motivación Extrínseca	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Superación personal</li> <li>- Crecimiento profesional</li> <li>- Logros personales</li> <li>- Autoaprendizaje</li> <li>- Incentivos laborales</li> <li>- Reconocimiento laboral</li> <li>- Ascensos laborales</li> <li>- Mejoras salariales</li> </ul>	Likert	<p>Siempre = 5</p> <p>Casi siempre = 4</p> <p>Algunas veces = 3</p> <p>Muy pocas veces = 2</p> <p>Nunca = 1</p>
Variable 2 Atención al cliente	Un servicio al cliente de calidad se determina por anticiparse a los requisitos de los clientes. Esto se puede alcanzar al aplicar un sistema donde el procedimiento este enfocado en la satisfacción del cliente y empezando una interacción agradable y eficiente. (Ariza, 2019)	Interacción con los clientes  Satisfacción de los clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atención presencial</li> <li>- Comunicación directa</li> <li>- Escuchar a los clientes</li> <li>- Rapidez en la atención</li> <li>- Nivel de satisfacción</li> <li>- Atención de calidad</li> <li>- Expectativas del cliente</li> <li>- Solución de reclamos</li> </ul>	Likert	<p>Siempre = 5</p> <p>Casi siempre = 4</p> <p>Algunas veces = 3</p> <p>Muy pocas veces = 2</p> <p>Nunca = 1</p>

### **3.4 Técnica e instrumentos de recolección de datos**

#### **Técnica**

Se utilizó la técnica de la encuesta porque en la presente investigación se encuestó a los trabajadores y clientes de la Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024. Quienes son los que brindaron la información para el desarrollo del trabajo de investigación.

La encuesta es un modelo general de investigación que se basa en la técnica de recolección de datos o información que es la entrevista (Hernandez & Mendoza, 2019).

#### **Instrumento**

Se utilizó el instrumento cuestionario estructurado con 16 preguntas, las cuales estuvieron divididas en 8 preguntas para la variable motivación laboral y 8 preguntas para la variable atención al cliente. Se utilizó la escala valorativa Likert, el cuestionario estuvo validado por tres expertos con grado de maestría en la carrera de administración, se utilizó el alfa de cronbach para verificar la confiabilidad en el recojo de información con un resultado de 0.68258317 para la variable motivación laboral lo que significa que el análisis de la consistencia es buena y un resultado de 0.77201759 para la variable atención al cliente lo que significa que el análisis de la consistencia es buena.

El cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir. Debe ser congruente con el planteamiento del problema e hipótesis (Hernandez & Mendoza, 2019).

### **3.5. Método de análisis de datos**

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del programa informático Microsoft Excel, para elaborar las tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas porcentuales; así como la elaboración de las figuras estadísticas que se presentó como resultados encontrados en la investigación. Se utilizó el programa turnitin para medir el porcentaje de similitud permitido. Se utilizó el programa Word para la redacción de la investigación y se utilizó el programa PDF, para la presentación de la tesis final.



El análisis de datos es la recolección de los datos principales, el propósito es obtener información de los participantes en estudio como las personas, negocios o las unidades de muestreo. Al tratarse de personas los datos que interesan conocer son sus opiniones, percepciones, emociones, interacciones, experiencias entre otros puntos de vista. Se recolectan con el objetivo de analizarlos y entenderlos, y de esa manera responder a las preguntas de investigación y difundir conocimiento. Habitualmente estos datos están expresados de forma escrita en encuestas, de forma visuales como fotografías e imágenes, de forma audiovisuales como en video (Hernandez & Mendoza, 2019).

### **3.6 Aspectos éticos**

La presente investigación se realizó bajo los principios éticos del Reglamento de integridad científica de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote (2024) actualizado por Consejo Universitario con Resolución N° 0277- 2024-CU-ULADECH Católica, de fecha 14 de marzo del 2024.

**Respeto y protección de los derechos de los intervinientes:** se protegió la identidad de los participantes en esta investigación, tanto como dueños o clientes. No se publicó los datos de los participantes como sus direcciones, teléfonos o documentos a otras entidades.

**Cuidado del medio ambiente:** en esta investigación se cuidó el medio ambiente reutilizando papeles en buen estado para hacer las encuestas a los participantes. Se ahorró energía eléctrica desenchufando la computadora en el momento que no se estuvo haciendo uso de ella.

**Libre participación por propia voluntad:** se respetó la participación o no participación del dueño o los clientes proporcionándoles primero un consentimiento informado explicándole el uso que se le dio a sus datos y dejándoles a libre decisión su colaboración en esta investigación.

**Beneficencia, no maleficencia:** La investigación tuvo como finalidad hacer un estudio de una microempresa y al termino brindar recomendaciones al negocio para un mejor funcionamiento.

**Integridad y honestidad:** los datos que se presentó en la investigación son reales. Esta investigación solo tuvo un propósito de educación superior y solo fue utilizado para fines académicos.

**Justicia:** se elaboró un cuestionario para ambas poblaciones y se aplicó de manera justa y equitativa a todos los participantes.

#### IV. Resultados

Respecto al objetivo específico N° 1: Determinar las características de la motivación intrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024

**Tabla 1**

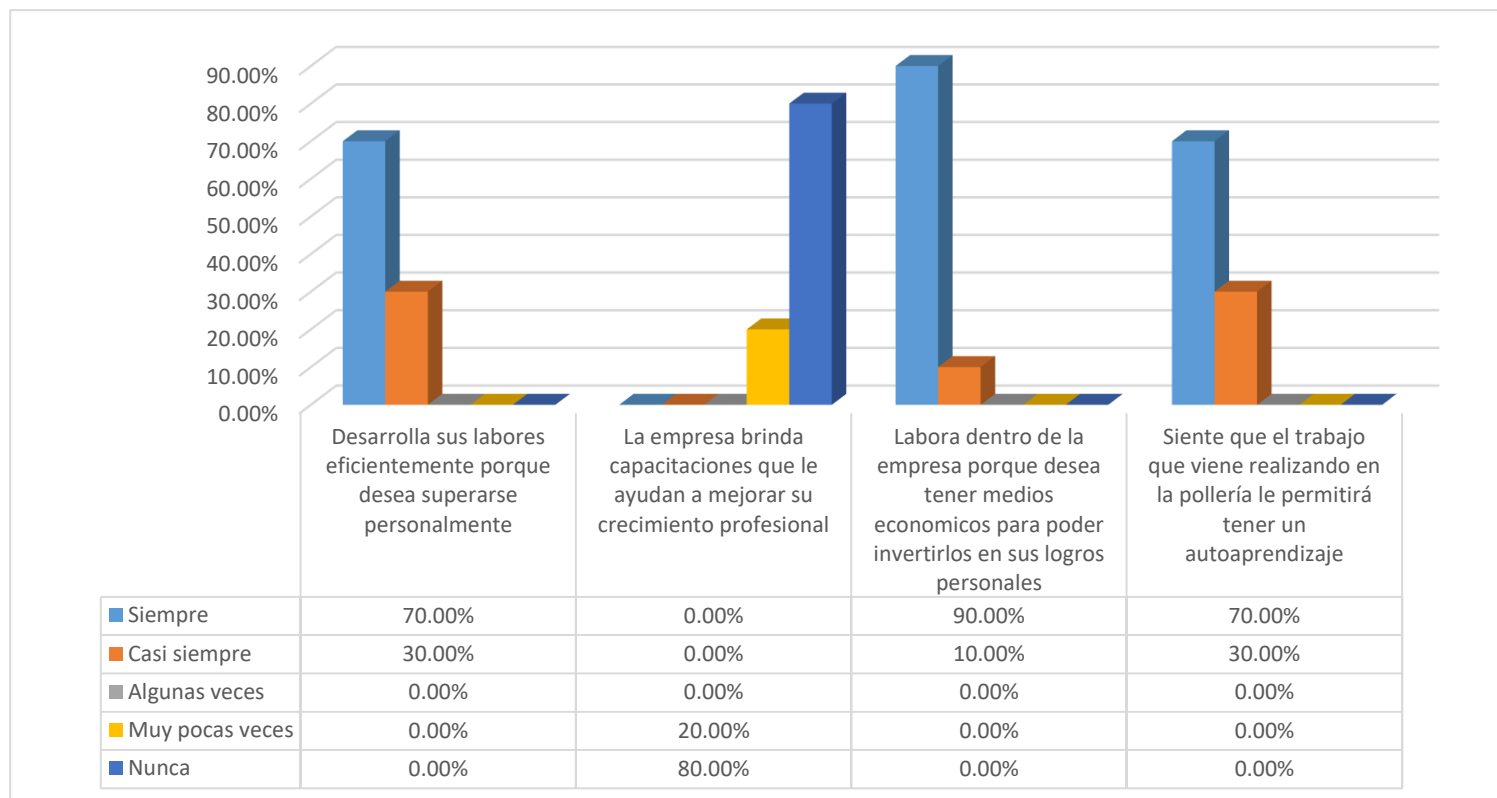
*Características de la motivación intrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.*

Características de la motivación intrínseca	N	%
<b>Desarrolla sus labores eficientemente porque desea superarse personalmente</b>		
Siempre	7	70.00
Casi siempre	3	30.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	10	100.00
<b>La empresa brinda capacitaciones que le ayudan a mejorar su crecimiento profesional</b>		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	2	20.00
Nunca	8	80.00
Total	10	100.00
<b>Labora dentro de la empresa porque desea tener medios económicos para poder invertirlos en sus logros personales</b>		
Siempre	9	90.00
Casi siempre	1	10.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	10	100.00
<b>Siente que el trabajo que viene realizando en la pollería le permitirá tener un autoaprendizaje</b>		
Siempre	7	70.00
Casi siempre	3	30.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	10	100.00

*Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.*

Figura 1

*Características de la motivación intrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024*



- Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la motivación intrínseca de los trabajadores de la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.

Respecto al objetivo específico N° 2: Describir las características de la motivación extrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024

**Tabla 2**

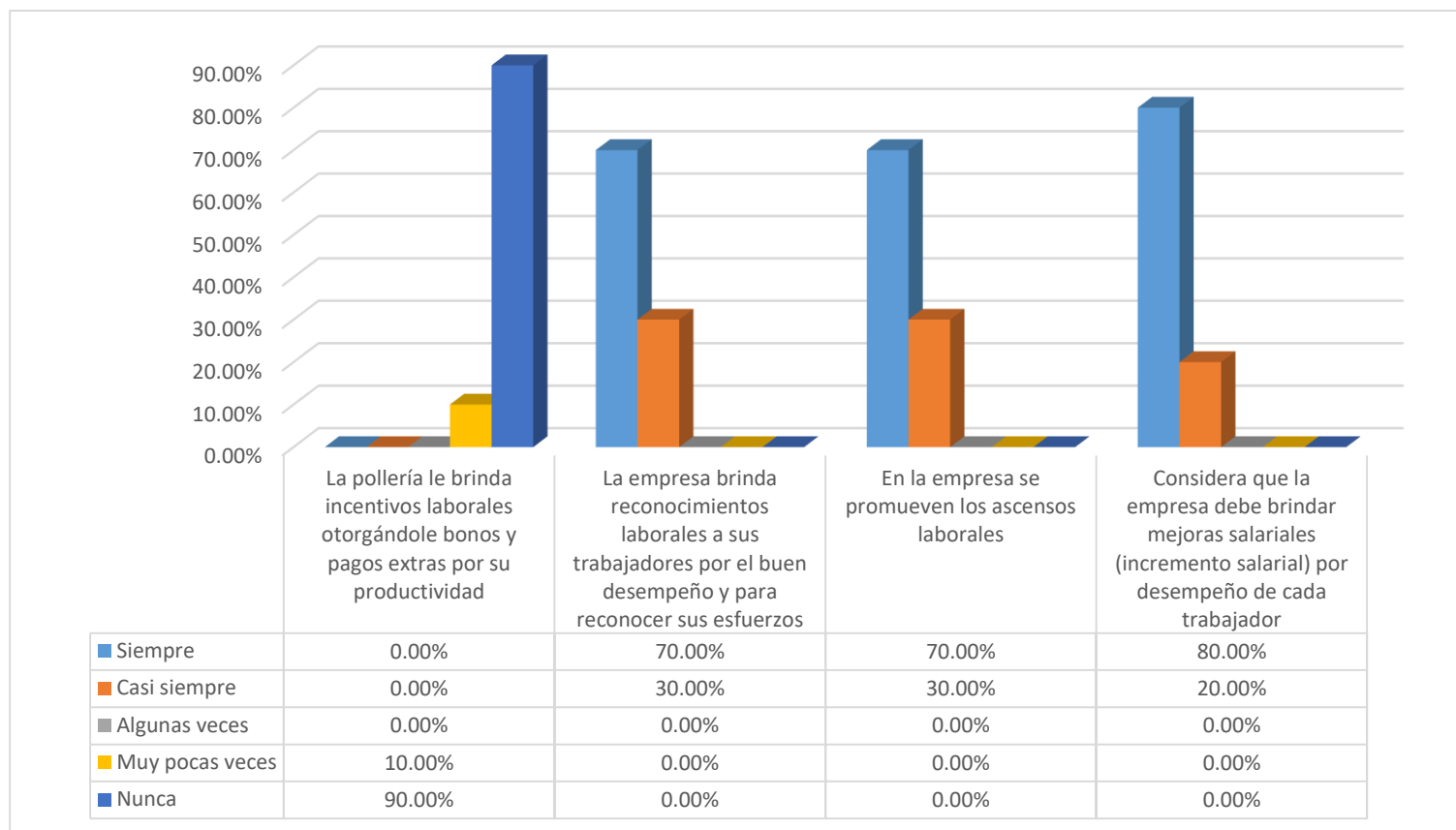
*Características de la motivación extrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.*

Características de la motivación extrínseca	N	%
<b>La pollería le brinda incentivos laborales otorgándole bonos y pagos extras por su productividad</b>		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	1	10.00
Nunca	9	90.00
Total	10	100.00
<b>La empresa brinda reconocimientos laborales a sus trabajadores por el buen desempeño y para reconocer sus esfuerzos</b>		
Siempre	7	70.00
Casi siempre	3	30.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	10	100.00
<b>En la empresa se promueven los ascensos laborales</b>		
Siempre	7	70.00
Casi siempre	3	30.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	10	100.00
<b>Considera que la empresa debe brindar mejoras salariales (incremento salarial) por desempeño de cada trabajador</b>		
Siempre	8	80.00
Casi siempre	2	20.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	10	100.00

*Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores de la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.*

Figura 2

Características de la motivación extrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la motivación extrínseca de los trabajadores de la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.

Respecto al objetivo específico N° 3: Identificar las características de la interacción con los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024

**Tabla 3**

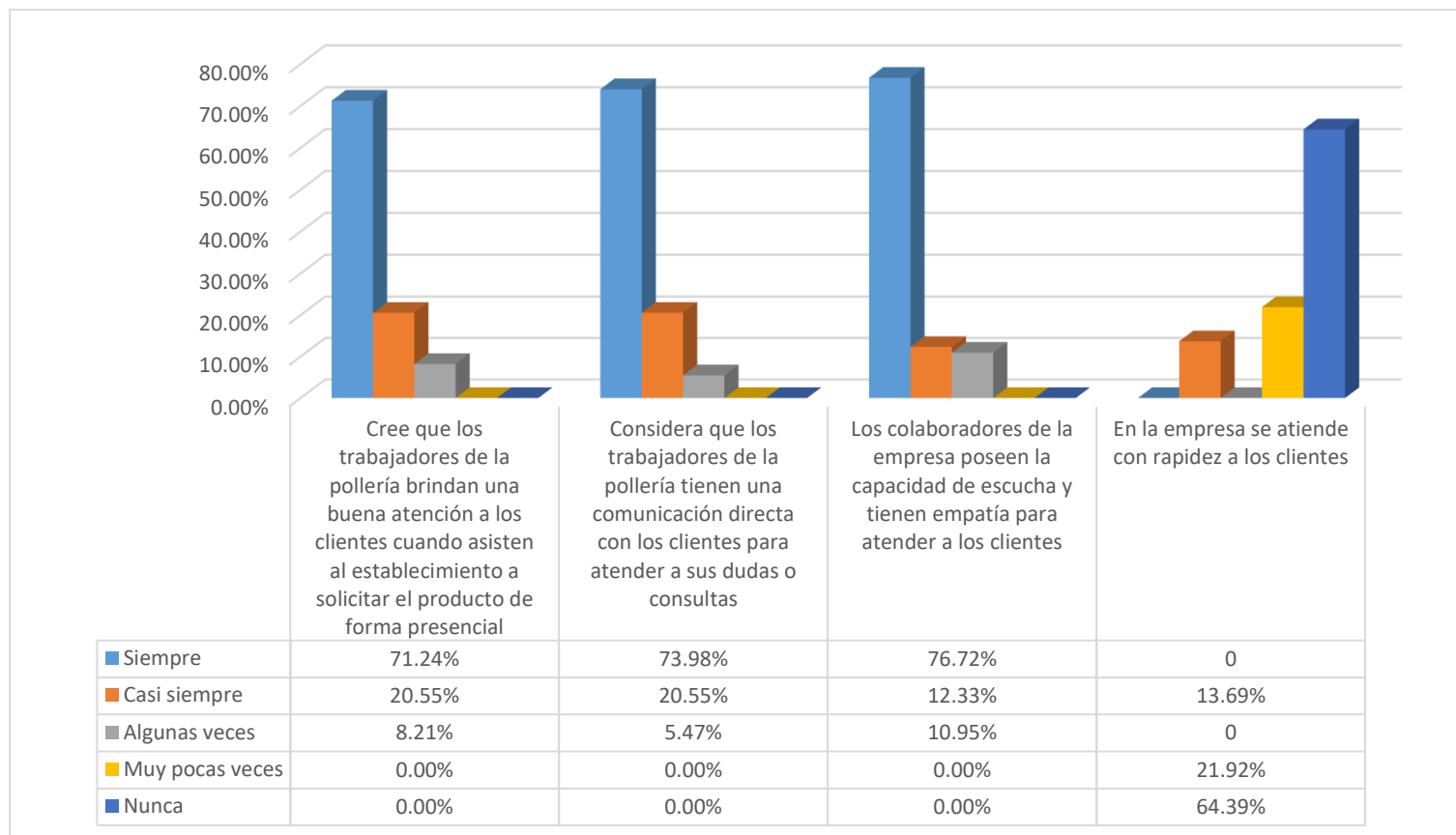
*Características de la interacción con los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.*

Características de la interacción con los clientes	N	%
<b>Cree que los trabajadores de la pollería brindan una buena atención a los clientes cuando asisten al establecimiento a solicitar el producto de forma presencial</b>		
Siempre	52	71.24
Casi siempre	15	20.55
Algunas veces	6	8.21
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	73	100.00
<b>Considera que los trabajadores de la pollería tienen una comunicación directa con los clientes para atender a sus dudas o consultas</b>		
Siempre	54	73.98
Casi siempre	15	20.55
Algunas veces	4	5.47
Muy pocas veces	0	00.00
Nunca	0	00.00
Total	73	100.00
<b>Los colaboradores de la empresa poseen la capacidad de escucha y tienen empatía para atender a los clientes</b>		
Siempre	56	76.72
Casi siempre	9	12.33
Algunas veces	8	10.95
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	73	100.00
<b>En la empresa se atiende con rapidez a los clientes</b>		
Siempre	0	00.00
Casi siempre	10	13.69
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	16	21.92
Nunca	47	64.39
Total	73	100.00

*Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.*

Figura 3

Características de la interacción con los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la interacción con los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.



Respecto al objetivo específico N° 4: Describir las características de la satisfacción de los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024

**Tabla 4**

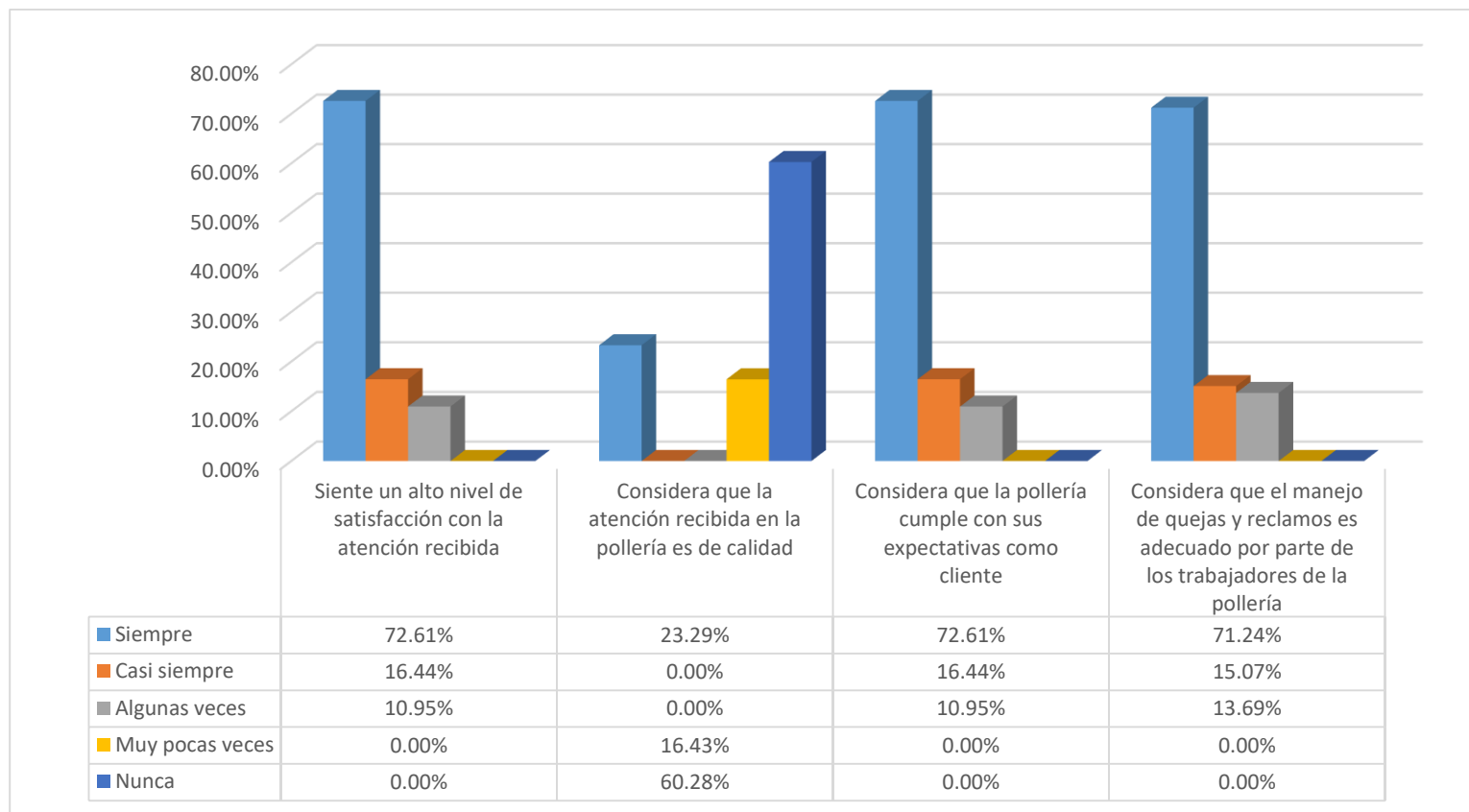
*Características de la satisfacción de los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.*

Características de la satisfacción de los clientes	N	%
<b>Siente un alto nivel de satisfacción con la atención recibida</b>		
Siempre	53	72.61
Casi siempre	12	16.44
Algunas veces	8	10.95
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	73	100.00
<b>Considera que la atención recibida en la pollería es de calidad</b>		
Siempre	17	23.29
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	12	16.43
Nunca	44	60.28
Total	73	100.00
<b>Considera que la pollería cumple con sus expectativas como cliente</b>		
Siempre	53	72.61
Casi siempre	12	16.44
Algunas veces	8	10.95
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	73	100.00
<b>Considera que el manejo de quejas y reclamos es adecuado por parte de los trabajadores de la pollería</b>		
Siempre	52	71.24
Casi siempre	11	15.07
Algunas veces	10	13.69
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	73	100.00

*Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.*

Figura 4

Características de la satisfacción de los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la satisfacción de los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.

**Respecto al objetivo específico N° 5:** Elaborar una propuesta del plan de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.

**Tabla 5**

*Propuesta del plan de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.*

Variable	Indicador	Problema	Causas	Consecuencias	Acciones de mejora	Responsables	Presupuesto
Motivación laboral	Crecimiento profesional	El 80.00% de los trabajadores afirman que la empresa nunca brinda capacitaciones que le ayudan a mejorar su crecimiento profesional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La pollería en el área de cocina solo contrata personal que domine la preparación del pollo a la brasa.</li> <li>- La pollería para contratar un trabajador en el área de atención al cliente pide como requisito experiencia laboral en atención, en el rubro de pollerías.</li> <li>- Solo los trabajadores que pertenecen al área de atención al cliente realizan varias funciones en la pollería como meseros, cajeros, limpieza del local y repartidores de delivery.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajadores con poca innovación en la presentación del pollo a la brasa, como brindar a los clientes entradas de cortesía como chifles de plátano, camote, arroz o alguna bebida gratis de cortesía.</li> <li>- Trabajadores con un nivel básico en atención al cliente debido a que para ser contratado no se solicita muchos requisitos solo experiencia en atención en el rubro de pollerías.</li> <li>- Funciones de trabajo no definidas debido a que los trabajadores que pertenecen al área de atención al cliente realizan labores según la urgencia requerida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar un chef profesional para que capacite a los trabajadores de cocina a preparar mejores presentaciones del pollo a la brasa, nuevas variedades de cremas, diferentes tipos de ensaladas o la preparación de nuevas bebidas naturales.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración que capacite a los trabajadores del área de atención al cliente, sobre las técnicas de atención al cliente en el rubro de restaurantes.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración que cree un organigrama para la pollería y establezca las áreas y las funciones que le corresponde a cada trabajador.</li> </ul>	Gerente	S/. 1000.00

Motivación laboral	Incentivos laborales	El 90.00% de los trabajadores afirman que la pollería nunca le brinda incentivos laborales otorgándole bonos y pagos extras por su productividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La pollería solo realiza el pago a sus trabajadores una vez al mes y corresponde al sueldo mínimo peruano S/. 1025.00 soles.</li> <li>- La pollería solo se limita a cumplir con las normas laborales que se establecen en el Perú como derecho del trabajador de estar en planilla, remuneración mínima vital y el pago de su salario por recibo por honorarios.</li> <li>- La pollería solo busca cumplir con el régimen laboral peruano tanto en la remuneración que le corresponde a cada trabajador por ley y en el cumplimiento de la pollería como una microempresa formal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los trabajadores de la pollería no sienten una motivación propia al realizar sus labores, solo buscan cumplir con el contrato establecido.</li> <li>- Los trabajadores de la pollería no aumentan su productividad en las labores que realizan debido a que no se les otorga ningún incentivo laboral como pagos extras como reconocimiento por su buena labor.</li> <li>- Los trabajadores de la pollería solo se limitan a cumplir con su trabajo por necesidad y motivos personales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar un licenciado en administración para que de una capacitación en lo que se refiere al tema de motivación laboral, tanto a los dueños como a los trabajadores de la pollería.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración para que establezca las técnicas de motivación laboral que se va a utilizar en la pollería, como pagos extras por ser el trabajador del mes, bonos por un buen rendimiento laboral, aumento de sueldo según los años de servicio en la pollería.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración para que capacite al gerente de la pollería sobre los beneficios que trae la motivación laboral a la microempresa.</li> </ul>	Gerente	S/. 1000.00
--------------------	----------------------	--	--	---	---	---------	-------------

Atención al cliente	Rapidez en la atención	El 64.39% de los clientes afirman que en la empresa nunca se atiende con rapidez a los clientes	<p>- La pollería en el área de cocina solo cuenta con 4 trabajadores que se encargan de toda la preparación del pollo a la brasa.</p> <p>- La pollería en el área de atención al cliente solo cuenta con 6 trabajadores que se encargan de la atención al cliente y además cumplen varias funciones según la demanda requerida como meseros, cajeros, limpieza del local y repartidores de delivery.</p> <p>- Dos trabajadores del área de atención al cliente se encargan de anotar los pedidos y hacer las entregas del pollo a la brasa mediante el servicio de delivery.</p>	<p>- Al haber solo 4 trabajadores en el área de cocina que se encargan de toda la preparación del pollo a la brasa, esto genera la demora de los pedidos del pollo a la brasa cuando los clientes van a consumir al local.</p> <p>- Al haber solo 6 trabajadores en el área de atención al cliente que se encargan de toda la atención en la pollería, esto genera que debido a la gran demanda de clientes que solicitan sus pedidos de pollo a la brasa, la atención hacia los clientes no sea de forma rápida.</p> <p>- Al haber solo 2 motorizados que trabajan en el servicio de entrega por medio del delivery, esto genera que debido a la gran demanda de clientes que solicitan sus pedidos por medio del servicio de delivery la entrega de los pedidos demore en llegar.</p>	<p>- Contratar más personal para el área de cocina de la pollería, con experiencia en preparación del pollo a la brasa.</p> <p>- Contratar más personal para el área de atención al cliente de la pollería, con experiencia laboral en atención, en el rubro de pollerías.</p> <p>- Contratar una empresa dedicada exclusivamente al servicio de delivery, como glovo, Rappi o PedidosYa.</p>	Gerente	S/. 2000.00
---------------------	------------------------	---	--	---	---	---------	-------------

Atención al cliente	Atención de calidad	El 60.28% de los clientes consideran que la atención recibida en la pollería nunca es de calidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca innovación por parte de la pollería en lo que se refiere a la atención a los clientes.</li> <li>- Atención básica al cliente por parte de los trabajadores de la pollería.</li> <li>- Atención establecida por parte de la pollería que tienen que aprender y brindar los trabajadores hacia los clientes, una atención poco actualizada que se mantiene a lo largo de los años.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pérdida de clientes con los que contamos en la pollería.</li> <li>- Que los clientes se vayan a otras pollerías que son nuestra competencia.</li> <li>- Que por no brindar una atención hacia los clientes actualizada la pollería tenga una valoración y una opinión negativa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar un licenciado en administración para que, de una capacitación a los dueños y a los trabajadores de la pollería, en lo que se refiere a la importancia de la atención al cliente para la microempresa.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración para que establezca las técnicas de atención al cliente que se va a utilizar en la pollería, como regalarles una foto cada vez que consumen en el local de la pollería o regalarles una bebida natural cuando es el cumpleaños del cliente.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración para que capacite al gerente de la pollería, sobre los beneficios que trae brindar una buena e innovadora atención al cliente para la microempresa.</li> </ul>	Gerente	S/. 1000.00
---------------------	---------------------	--	---	---	---	---------	-------------

## V. Discusión

Respecto al objetivo específico N° 1: Determinar las características de la motivación intrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.

**Desarrolla sus labores eficientemente porque desea superarse personalmente:** El 70.00% de los trabajadores afirman que desarrollan sus labores eficientemente porque siempre desean superarse personalmente. Tal como lo señala (González, 2018) en su libro *Satisfacción y motivación en el trabajo*, la superación personal de los trabajadores es un proceso continuo de transformación, evolución y crecimiento que no solo nos obliga a ser mejores profesionales sino que también nos hace más conscientes de nuestras decisiones, puede ayudarnos en como reaccionamos ante situaciones y como afrontamos los problemas cuando surgen, superando obstáculos que antes nos ponían nerviosos o ansiosos. Del mismo modo señala (Díaz, 2019) en su libro *Motivación laboral*, para lograr la superación personal es importante adquirir y desarrollar nuevas habilidades, competencias y ganas de resolver problemas. Al profundizar en este proceso, experimentamos un crecimiento personal que se refleja en nuestro trabajo y compromiso, y nos convertimos en embajadores activos del éxito de la empresa. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores desarrollan sus labores eficientemente porque cumpliendo un buen trabajo en el área que se les asignó, les genera una sensación de importancia para ellos mismos y una motivación personal para realizar un buen trabajo.

**La empresa brinda capacitaciones que le ayudan a mejorar su crecimiento profesional:** El 80.00% de los trabajadores afirman que la empresa nunca brinda capacitaciones que le ayudan a mejorar su crecimiento profesional. Estos resultados contrastan con lo encontrado en la investigación realizado por (Cardenas, 2023) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en la microempresa Restaurant Pollería Rodrigo's Chicken Distrito de San Vicente de Cañete, 2023*, afirmó que el 90% señalaron que muy pocas veces la empresa realiza capacitaciones para un mejor desempeño. Asimismo contrasta con la tesis desarrollada por (Sakamoto, 2021) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Distrito de Nuevo Chimbote, 2021*, afirmó que el 41,5% menciona que algunas veces las empresas dan capacitaciones por su desempeño laboral. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores no

reciben capacitaciones por parte de las microempresas lo que genera que los trabajadores no tengan más conocimientos y habilidades en la presentación del pollo a la brasa o en la forma de atender a los clientes, además esto impide que puedan mejorar y diferenciarse en su área laboral.

**Labora dentro de la empresa porque desea tener medios económicos para poder invertirlos en sus logros personales:** El 90.00% de los trabajadores afirman que laboran dentro de la empresa porque siempre desean tener medios económicos para poder invertirlos en sus logros personales. Tal como lo señala (Zambrano, 2023) en su libro *Métodos y estrategias de motivación laboral*, los logros personales significan conseguir, hacer esfuerzos, planificar acciones para la obtención exitosa y satisfactoria de metas específicas que una persona busca alcanzar para satisfacer anhelos presentes y futuros, es algo que nos pone orgullosos y algo que completa una meta. De igual manera señala (Diaz, 2019) en su libro *Motivación laboral*, los logros personales es el resultado satisfactorio que una persona logra al completar actividades específicas para alcanzar una meta, se desarrollan a través de habilidades, capacidades y talentos que posee la persona para realizar las tareas. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores laboran dentro de la empresa porque desean tener medios económicos para invertirlos en educación estudiar aparte una carrera universitaria o complementar su carrera de cocinero profesional con algunas clases de cocina para ser un cocinero más completo, además desean tener medios económicos para ayudar a sus familias y de esa manera mejorar su calidad de vida.

**Siente que el trabajo que viene realizando en la pollería le permitirá tener un autoaprendizaje:** El 70.00% de los trabajadores afirman que sienten que el trabajo que vienen realizando en la pollería siempre les permitirá tener un autoaprendizaje. Tal como lo señala (González, 2018) en su libro *Satisfacción y motivación en el trabajo*, el autoaprendizaje es un método en el cual la persona aprende por sí misma, como la adquisición de conocimientos y habilidades laborales. Una persona centrada en el autoaprendizaje busca información de forma independiente y practica o experimenta por sí misma. De igual manera señala (Diaz, 2019) en su libro *Motivación laboral*, Entre las ventajas del autoaprendizaje, las más notables son que este enfoque fomenta el interés de saber, aprender y la autodisciplina, suele ser más didáctico que el estudio formal, ayuda a desarrollar la inteligencia y es constructivo para la vida. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores sienten un autoaprendizaje porque a medida que



van trabajando en el área que les corresponde ganan experiencia laboral y también aprenden como es el manejo del negocio.

Respecto al objetivo específico N° 2: Describir las características de la motivación extrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.

**La pollería le brinda incentivos laborales otorgándole bonos y pagos extras por su productividad:** El 90.00% de los trabajadores afirman que la pollería nunca les brinda incentivos laborales otorgándoles bonos y pagos extras por su productividad. Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizado por (Cardenas, 2023) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en la microempresa Restaurant Pollería Rodrigo's Chicken Distrito de San Vicente de Cañete, 2023*, afirmo que el 100% de los trabajadores indicaron que la empresa nunca brinda incentivos económicos para un mejor rendimiento. Asimismo contrasta con la tesis desarrollada por (Sakamoto, 2021) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Distrito de Nuevo Chimbote, 2021*, afirmo que el 34% de las empresas algunas veces entregan premios por su buen desempeño laboral. Esto demuestra que la mayoría de las microempresas no entregan incentivos económicos a sus trabajadores generando poca motivación laboral en ellos y de esta manera los trabajadores solo se limitaran a cumplir con su trabajo por el contrato establecido.

**La empresa brinda reconocimientos laborales a sus trabajadores por el buen desempeño y para reconocer sus esfuerzos:** El 70.00% de los trabajadores afirman que la empresa siempre brinda reconocimientos laborales a sus trabajadores por el buen desempeño y para reconocer sus esfuerzos. Estos resultados contrastan con lo encontrado en la investigación realizado por (Sakamoto, 2021) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Distrito de Nuevo Chimbote, 2021*, afirmo que el 51% de los trabajadores algunas veces reciben un reconocimiento a su buen desempeño. Asimismo contrasta con la tesis desarrollada por (Cardenas, 2023) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en la microempresa Restaurant Pollería Rodrigo's*

*Chicken Distrito de San Vicente de Cañete, 2023*, afirmo que el 100% señalaron que nunca la empresa realiza reconocimientos por un excelente desempeño. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores si reciben reconocimientos laborales por su buen desempeño, reconocer el buen desempeño tiene un impacto positivo en los trabajadores porque crea un efecto de retroalimentación que los motiva a continuar superando sus objetivos, también se fomenta una competencia sana entre los trabajadores porque todos pueden llegar hacer reconocidos. Esta cuestión está estrechamente relacionada con la llamada reconocimiento por desempeño que es un conjunto de medidas de reconocimiento laboral que no tiene una base económica, entre algunos ejemplos tenemos una felicitación por parte del jefe, un permiso por el día de tu cumpleaños o una pequeña celebración por el día de tu cumpleaños de esta manera la microempresa te demuestra que te valora como trabajador.

**En la empresa se promueven los ascensos laborales:** El 70.00% de los trabajadores afirman que en la empresa siempre se promueven los ascensos laborales. Tal como lo señala (Zambrano, 2023) en su libro *Métodos y estrategias de motivación laboral*, los ascensos laborales es definitivamente un momento muy importante para todo trabajador, esto no solo muestra reconocimiento por su trabajo, sino que también puede aumentar su compromiso con la empresa. De igual manera señala (Diaz, 2019) en su libro *Motivación laboral*, los ascensos laborales son un paso natural en la carrera profesional, esto significa que serán promovidos cuando cumplan ciertos estándares o logren ciertos resultados en su área de trabajo. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores se esfuerzan por realizar un buen trabajo porque de esa manera pueden ascender en la microempresa.

**Considera que la empresa debe brindar mejoras salariales (incremento salarial) por desempeño de cada trabajador:** El 80.00% de los trabajadores consideran que la empresa siempre debe brindar mejoras salariales (incremento salarial) por desempeño de cada trabajador. Estos resultados contrastan con lo encontrado en la investigación realizado por (Sakamoto, 2021) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del Distrito de Nuevo Chimbote, 2021*, afirmo que el 41,5% menciona que algunas veces las empresas cumplen con el salario por su desempeño. Asimismo coincide con la tesis desarrollada por (Cardenas, 2023) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de motivación*

*laboral y atención al cliente en la microempresa Restaurant Pollería Rodrigo's Chicken Distrito de San Vicente de Cañete, 2023*, afirmo que el 90% señalaron que la empresa siempre incentiva brindando facilidades o ayuda frente a problemas personales. Esto demuestra que la mayoría de los trabajadores consideran que la microempresa debe brindar mejoras salariales porque muchos trabajadores tienen carga familiar y otros motivos personales por el cual desean tener un incremento en su salario. Un incremento salarial puede tener un impacto significativo en la motivación de los trabajadores, impactando positivamente tanto en su productividad individual como en el éxito general de la empresa, desde una perspectiva de la administración de la microempresa gestionar adecuadamente los incrementos salariales es fundamental para retener talento humano valioso y garantizar un crecimiento profesional continuo.

Respecto al objetivo específico N° 3: Identificar las características de la interacción con los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.

**Cree que los trabajadores de la pollería brindan una buena atención a los clientes cuando asisten al establecimiento a solicitar el producto de forma presencial:** El 71.24% de los clientes afirman que los trabajadores de la pollería siempre brindan una buena atención a los clientes cuando asisten al establecimiento a solicitar el producto de forma presencial. Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizado por (Pizarro, 2022) quien en su estudio de investigación *Atención al cliente para mejorar la fidelización en la micro empresa Pollería Moly, Distrito Ayacucho, 2022*, afirmo que el 21.88% indicaron siempre los trabajadores de la pollería tienen buen trato. Asimismo, contrasta con la tesis desarrollada por (Espinoza, 2022) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de la atención al cliente y gestión de calidad de la microempresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022*, afirmo que el 46% (16 clientes) manifestó que el personal del restaurant casi siempre maneja un trato agradable y cordial. Esto demuestra que la mayoría de los clientes reciben una buena atención al cliente cuando van al establecimiento.

**Considera que los trabajadores de la pollería tienen una comunicación directa con los clientes para atender a sus dudas o consultas:** El 73.98% de los clientes afirman que los trabajadores de la pollería siempre tienen una comunicación directa con los clientes para atender a sus dudas o consultas. Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación

realizado por (Pizarro, 2022) quien en su estudio de investigación *Atención al cliente para mejorar la fidelización en la micro empresa Pollería Moly, Distrito Ayacucho, 2022*, afirmo que el 21.61% considera como siempre que la comunicación es adecuada entre los trabajadores y los clientes. Asimismo, coincide con la tesis desarrollada por (Reategui, 2022) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro Pollerías, Callería, Pucallpa, 2022*, afirmo que siempre 92.7% los clientes identifican el precio de los platos que la pollería oferta, práctica que representa claridad y comunicación en la relación comercial. Esto demuestra que la mayoría de los clientes tienen buena comunicación con los trabajadores al momento de realizar una consulta sobre el producto o el establecimiento.

**Los colaboradores de la empresa poseen la capacidad de escucha y tienen empatía para atender a los clientes:** El 76.72% de los clientes afirman que los colaboradores de la empresa siempre poseen la capacidad de escucha y tienen empatía para atender a los clientes. Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizado por (Pizarro, 2022) quien en su estudio de investigación *Atención al cliente para mejorar la fidelización en la micro empresa Pollería Moly, Distrito Ayacucho, 2022*, afirmo que el 20.83% indicaron siempre perciben que los trabajadores de la pollería tienen capacidad de escuchar. Asimismo, contrasta con la tesis desarrollada por (Espinoza, 2022) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de la atención al cliente y gestión de calidad de la microempresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022*, afirmo que el 49% (17 clientes) manifestó que casi siempre el personal del restaurant ofrece su ayuda desde que usted llega. Esto demuestra que la mayoría de los clientes consideran que los trabajadores si les entienden perfectamente al momento de hacer un pedido o realizar un reclamo.

**En la empresa se atiende con rapidez a los clientes:** El 64.39% de los clientes afirman que en la empresa nunca se atiende con rapidez a los clientes. Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizado por (Reategui, 2022) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro Pollerías, Callería, Pucallpa, 2022*, afirmo que el 39,1% de los encuestados indican que el personal con cierta frecuencia no es rápido en la atención al cliente. Asimismo, contrasta con la tesis desarrollada por (Espinoza, 2022) quien en su estudio de

investigación *Propuesta de mejora de la atención al cliente y gestión de calidad de la microempresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022*, afirmo que el 46% (16 clientes) manifestó que casi siempre están conforme con el servicio de la Pollería, que es garantizado. Esto demuestra que la mayoría de los clientes consideran que en la pollería no se brinda una atención rápida, generando molestias y quejas.

Respecto al objetivo específico N° 4: Describir las características de la satisfacción de los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024.

**Siente un alto nivel de satisfacción con la atención recibida:** El 72.61% de los clientes afirman que siempre sienten un alto nivel de satisfacción con la atención recibida. Estos resultados contrastan con lo encontrado en la investigación realizado por (Reategui, 2022) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro Pollerías, Callería, Pucallpa, 2022*, afirmo que los clientes 79,9% han identificado que casi con frecuencia el personal que atiende en las pollerías responde no conocer cómo se preparan los platos que se expenden, situación que evidencia una clara falta de capacitación y supervisión de parte de la microempresa y que en consecuencia daña la imagen de la pollería y el nivel de satisfacción del cliente. Asimismo contrasta con la tesis desarrollada por (Espinoza, 2023) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de la atención al cliente y gestión de calidad de la microempresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022*, afirmo que el 46% (16 clientes) manifestó que casi siempre están conforme con el restaurant le brindo un buen servicio. Esto demuestra que la mayoría de los clientes sienten un alto nivel de satisfacción con la atención recibida en la pollería.

**Considera que la atención recibida en la pollería es de calidad:** El 60.28% de los clientes consideran que la atención recibida en la pollería nunca es de calidad. Estos resultados contrastan con lo encontrado en la investigación realizado por (Pizarro, 2022) quien en su estudio de investigación *Atención al cliente para mejorar la fidelización en la micro empresa Pollería Moly, Distrito Ayacucho, 2022*, afirmo que el 44.27% indicaron siempre han encontrado la calidad esperada de servicios. Asimismo, contrasta con la tesis desarrollada por (Espinoza, 2022) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de la atención al*

*cliente y gestión de calidad de la microempresa del sector servicio, caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022*, afirmo que el 40% (14 clientes) manifestó que el restaurant casi siempre le brinda la comodidad que requiere en su instalación. Esto demuestra que la mayoría de los clientes consideran que la atención en la pollería no es de calidad, generando molestias y quejas en la atención.

**Considera que la pollería cumple con sus expectativas como cliente:** El 72.61% de los clientes consideran que la pollería siempre cumple con sus expectativas como cliente. Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizado por (Pizarro, 2022) quien en su estudio de investigación *Atención al cliente para mejorar la fidelización en la micro empresa Pollería Moly, Distrito Ayacucho, 2022*, afirmo que el 41.41% indicaron que la pollería siempre cumple con sus expectativas. Asimismo, coincide con la tesis desarrollada por (Reategui, 2022) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro Pollerías, Callería, Pucallpa, 2022*, afirmo que el 88,5% de los clientes encuestados indican que con frecuencia encuentran el producto o disposición del plato, usualmente el pollo a la brasa, cuando acuden a la pollería de su preferencia, esto representa un claro enfoque en el cliente y su respectivo servicio. Esto demuestra que la mayoría de los clientes consideran que la pollería si cumple con sus expectativas.

**Considera que el manejo de quejas y reclamos es adecuado por parte de los trabajadores de la pollería:** El 71.24% de los clientes consideran que el manejo de quejas y reclamos siempre es adecuado por parte de los trabajadores de la pollería. Estos resultados coinciden con lo encontrado en la investigación realizado por (Pizarro, 2022) quien en su estudio de investigación *Atención al cliente para mejorar la fidelización en la micro empresa Pollería Moly, Distrito Ayacucho, 2022*, afirmo que el 56.05% indicaron siempre perciben que el manejo de quejas es adecuado por parte de los trabajadores. Asimismo, contrasta con la tesis desarrollada por (Reategui, 2022) quien en su estudio de investigación *Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro Pollerías, Callería, Pucallpa, 2022*, afirmo que el 80.9% de los clientes se quejan por la falta de actitud, cortesía y amabilidad del personal que atiende en las pollerías y nuevamente se evidencia la falta de capacitación e identificación de este comportamiento en el personal por parte de la

administración de las pollerías. Esto demuestra que la mayoría de los clientes consideran que el manejo de quejas es adecuado por parte de la pollería.

Respecto al objetivo específico N° 5: Elaborar una propuesta del plan de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024

## **PLAN DE MEJORA**

### 1. Datos generales

Nombre comercial: Pollería Riki

### 2. Misión

Ofrecer al público un producto de calidad y brindar un buen servicio al cliente para tener la preferencia del público y de esa manera posicionar nuestra marca.

### 3. Visión

Convertirnos en una marca líder en el rubro pollerías, brindando una atención personalizada y ofreciendo un buen producto en un local bien implementado para satisfacer las necesidades de los clientes.

### 4. Objetivos

- Buscar la preferencia en sabor del pollo a la brasa, consultando a los clientes su opinión sobre el sabor del pollo a la brasa para una mejor preparación y presentación.
- Brindar una buena atención al cliente, aclarando sus dudas y resolviendo sus reclamos.
- Cumplir con nuestros objetivos y metas trazados como microempresa.

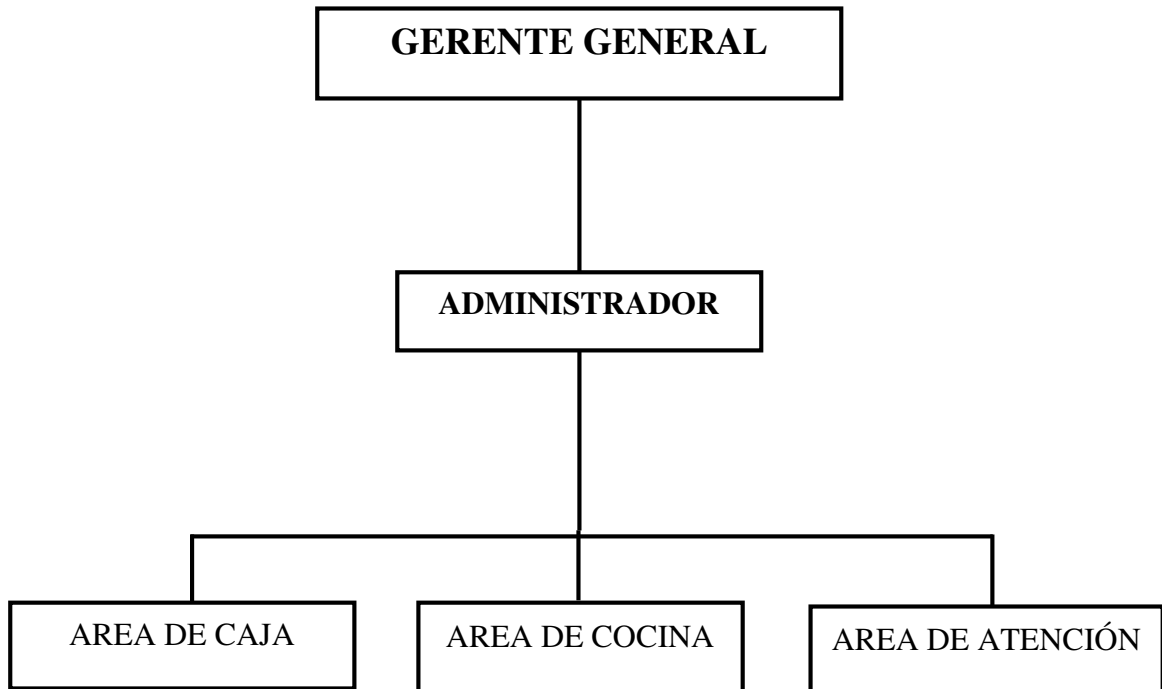
### 5. Productos y/o servicios

Productos: Pollo a la brasa, gaseosas, limonada, maracuyá, chicha y agua mineral.

Servicios: Venta de Pollo a la brasa en local o servicio de delivery.



6. Organigrama de la empresa



Funciones:

<b>Cargo</b>	<b>Gerente General</b>
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Licenciado en administración.</li> <li>- Experiencia de 1 año en el cargo de gerente en el rubro pollerías.</li> <li>- Habilidades en el manejo de dirección de personal.</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar y supervisar las actividades de la microempresa.</li> <li>- Manejar los recursos económicos de la pollería, como las inversiones y las ganancias.</li> <li>- Establecer estrategias, objetivos y tomar decisiones importantes para la microempresa.</li> </ul>

<b>Cargo</b>	<b>Administrador</b>
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Licenciado en administración.</li> <li>- Bachiller en administración.</li> <li>- Experiencia en el cargo de administrador en el rubro pollerías.</li> <li>- Habilidades de liderazgo.</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Planificar las actividades diarias en la pollería.</li> <li>- Asignar las actividades que le corresponda a cada trabajador.</li> <li>- Coordinar con los diferentes proveedores la entrega de los alimentos y bebidas.</li> <li>- Verificar la cuenta del dinero y realizar el cierre de caja.</li> </ul>

<b>Cargo</b>	<b>Área de Caja</b>
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia laboral en el puesto de cajero en restaurantes o tiendas.</li> <li>- Carrera técnica en contabilidad.</li> <li>- Dominio de Excel básico.</li> <li>- Dominio en sistemas de cuentas computarizado y terminales POS (Tarjetas de crédito)</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hacer el cobro de lo consumido por los clientes y entregar vuelto del dinero.</li> <li>- Realizar el cobro por tarjeta si se requiere.</li> <li>- Capacidad para detectar billetes falsos.</li> <li>- Registrar los movimientos de entrada y salida del dinero.</li> </ul>

<b>Cargo</b>	<b>Área de Cocina</b>
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Carrera en chef profesional.</li> <li>- Profesional en gastronomía.</li> <li>- Experiencia en la preparación del pollo a la brasa.</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Preparar y cocinar el pollo a la brasa.</li> <li>- Preparar y cocinar las papas fritas.</li> <li>- Preparar la mayonesa, ajíes y demás cremas.</li> <li>- Preparar las ensaladas.</li> <li>- Preparar las bebidas (limonada, chicha y maracuyá)</li> <li>- Servir en los platos o tapers para servicio de delivery según el pedido que corresponda.</li> </ul>

Cargo	Área de Atención
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Secundaria completa.</li> <li>- Tener experiencia en atención al cliente en el rubro pollerías.</li> <li>- Habilidades de comunicación.</li> </ul>
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Atender a los clientes y ofrecer un buen trato.</li> <li>- Tomar los pedidos de los clientes, ya sea en el local o por teléfono (para servicio de delivery).</li> <li>- Atender a las dudas de los clientes.</li> <li>- Atender a los reclamos de los clientes.</li> <li>- Explicar las promociones y ofertas disponibles.</li> <li>- Manejo de información esencial como los diferentes precios del pollo a la brasa y las bebidas.</li> </ul>

7. Diagnostico general

	<b>Oportunidades</b>	<b>Amenazas</b>
<b>MATRIZ FODA</b>	<p>O1. Alto consumo del pollo a la brasa por los clientes.</p> <p>O2. Alta demanda de pollerías en el mercado.</p> <p>O3. Ubicación del local en una zona comercial y transitada.</p>	<p>A1. Otras pollerías cerca del local (Competencia).</p> <p>A2. Subida de precios de los insumos (Alimentos y bebidas).</p> <p>A3. Fácil ingreso de nuevas pollerías al mercado.</p>
<p><b>Fortalezas</b></p> <p>F1. Buena atención al cliente.</p> <p>F2. Trabajadores especializados en la preparación del pollo a la brasa.</p> <p>F3. Precios accesibles.</p> <p>F4. Ubicación estratégica del local (Zona céntrica)</p> <p>F5. Negocio formal (Clasificado como microempresa)</p>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>
	<p>- Brindar en el local una buena atención a los clientes para tener su preferencia. (F1,O1)</p> <p>- Brindar un buen producto (Pollo a la brasa) para posicionar nuestra marca y ser reconocidos. (F2,O2)</p>	<p>- Buscar proveedores que vendan insumos (ingredientes, alimentos y bebidas) a precios bajos para mantener en la pollería un precio accesible al público. (F3, A2)</p> <p>- Ampliar el local con más mesas y sillas en el segundo piso, para mayor comodidad del cliente y así diferenciarnos de la competencia. (F4,A1)</p>
<p><b>Debilidades</b></p> <p>D1. Pocas ofertas y promociones.</p> <p>D2. Poco personal en la pollería (Trabajadores)</p> <p>D3. Lentitud en la atención en el local y por servicio de delivery.</p> <p>D4. No cuenta con algunos documentos estratégicos (Organigrama y manual de organización y funciones)</p>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
	<p>- Ofrecer ofertas y promociones para fidelizar a los clientes. (D1,O2)</p> <p>- Contratar más personal en la pollería para brindar una atención más rápida y efectiva. (D2,O1)</p>	<p>- Crear el organigrama de la empresa y el manual de organización y funciones con la finalidad de tener todos los documentos completos para evitar la clausura del local y diferenciarnos de la competencia. (D1,A1)</p> <p>- Contratar una empresa exclusivamente para el servicio de delivery con la finalidad de realizar más rápidos las entregas de los pedidos y así diferenciarnos de la competencia. (D3,A1)</p>

## 8. Indicadores de gestión

Indicador	Problema	Causas	Consecuencias
Crecimiento profesional	El 80.00% de los trabajadores afirman que la empresa nunca brinda capacitaciones que le ayudan a mejorar su crecimiento profesional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La pollería en el área de cocina solo contrata personal que domine la preparación del pollo a la brasa.</li> <li>- La pollería para contratar un trabajador en el área de atención al cliente pide como requisito experiencia laboral en atención, en el rubro de pollerías.</li> <li>- Solo los trabajadores que pertenecen al área de atención al cliente realizan varias funciones en la pollería como meseros, cajeros, limpieza del local y repartidores de delivery.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Trabajadores con poca innovación en la presentación del pollo a la brasa, como brindar a los clientes entradas de cortesía como chifles de plátano, camote, arroz o alguna bebida gratis de cortesía.</li> <li>- Trabajadores con un nivel básico en atención al cliente debido a que para ser contratado no se solicita muchos requisitos solo experiencia en atención en el rubro de pollerías.</li> <li>- Funciones de trabajo no definidas debido a que los trabajadores que pertenecen al área de atención al cliente realizan labores según la urgencia requerida.</li> </ul>
Incentivos laborales	El 90.00% de los trabajadores afirman que la pollería nunca le brinda incentivos laborales otorgándole bonos y pagos extras por su productividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La pollería solo realiza el pago a sus trabajadores una vez al mes y corresponde al sueldo mínimo peruano S/. 1025.00 soles.</li> <li>- La pollería solo se limita a cumplir con las normas laborales que se establecen en el Perú como derecho del trabajador de estar en planilla, remuneración mínima vital y el pago de su salario por recibo por honorarios.</li> <li>- La pollería solo busca cumplir con el régimen laboral peruano tanto en la remuneración que le corresponde a cada trabajador por ley y en el cumplimiento de la pollería como una microempresa formal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Los trabajadores de la pollería no sienten una motivación propia al realizar sus labores, solo buscan cumplir con el contrato establecido.</li> <li>- Los trabajadores de la pollería no aumentan su productividad en las labores que realizan debido a que no se les otorga ningún incentivo laboral como pagos extras como reconocimiento por su buena labor.</li> <li>- Los trabajadores de la pollería solo se limitan a cumplir con su trabajo por necesidad y motivos personales.</li> </ul>

<p>Rapidez en la atención</p>	<p>El 64.39% de los clientes afirman que en la empresa nunca se atiende con rapidez a los clientes</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La pollería en el área de cocina solo cuenta con 4 trabajadores que se encargan de toda la preparación del pollo a la brasa.</li> <li>- La pollería en el área de atención al cliente solo cuenta con 6 trabajadores que se encargan de la atención al cliente y además cumplen varias funciones según la demanda requerida como meseros, cajeros, limpieza del local y repartidores de delivery.</li> <li>- Dos trabajadores del área de atención al cliente se encargan de anotar los pedidos y hacer las entregas del pollo a la brasa mediante el servicio de delivery.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Al haber solo 4 trabajadores en el área de cocina que se encargan de toda la preparación del pollo a la brasa, esto genera la demora de los pedidos del pollo a la brasa cuando los clientes van a consumir al local.</li> <li>- Al haber solo 6 trabajadores en el área de atención al cliente que se encargan de toda la atención en la pollería, esto genera que debido a la gran demanda de clientes que solicitan sus pedidos de pollo a la brasa, la atención hacia los clientes no sea de forma rápida.</li> <li>- Al haber solo 2 motorizados que trabajan en el servicio de entrega por medio del delivery, esto genera que debido a la gran demanda de clientes que solicitan sus pedidos por medio del servicio de delivery la entrega de los pedidos demore en llegar.</li> </ul>
<p>Atención de calidad</p>	<p>El 60.28% de los clientes consideran que la atención recibida en la pollería nunca es de calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca innovación por parte de la pollería en lo que se refiere a la atención a los clientes.</li> <li>- Atención básica al cliente por parte de los trabajadores de la pollería.</li> <li>- Atención establecida por parte de la pollería que tienen que aprender y brindar los trabajadores hacia los clientes, una atención poco actualizada que se mantiene a lo largo de los años.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pérdida de clientes con los que contamos en la pollería.</li> <li>- Que los clientes se vallan a otras pollerías que son nuestra competencia.</li> <li>- Que por no brindar una atención hacia los clientes actualizada la pollería tenga una valoración y una opinión negativa.</li> </ul>

## 9. Problemas

Problema	Surgimiento del problema
<p>El 80.00% de los trabajadores afirman que la empresa nunca brinda capacitaciones que le ayudan a mejorar su crecimiento profesional</p> <p>El 90.00% de los trabajadores afirman que la pollería nunca le brinda incentivos laborales otorgándole bonos y pagos extras por su productividad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La pollería en el área de cocina solo contrata personal que domine la preparación del pollo a la brasa.</li> <li>- La pollería para contratar un trabajador en el área de atención al cliente pide como requisito experiencia laboral en atención, en el rubro de pollerías.</li> <li>- Solo los trabajadores que pertenecen al área de atención al cliente realizan varias funciones en la pollería como meseros, cajeros, limpieza del local y repartidores de delivery.</li> <li>- La pollería solo realiza el pago a sus trabajadores una vez al mes y corresponde al sueldo mínimo peruano S/. 1025.00 soles.</li> <li>- La pollería solo se limita a cumplir con las normas laborales que se establecen en el Perú como derecho del trabajador de estar en planilla, remuneración mínima vital y el pago de su salario por recibo por honorarios.</li> <li>- La pollería solo busca cumplir con el régimen laboral peruano tanto en la remuneración que le corresponde a cada trabajador por ley y en el cumplimiento de la pollería como una microempresa formal.</li> </ul>



<p>El 64.39% de los clientes afirman que en la empresa nunca se atiende con rapidez a los clientes</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La pollería en el área de cocina solo cuenta con 4 trabajadores que se encargan de toda la preparación del pollo a la brasa.</li> <li>- La pollería en el área de atención al cliente solo cuenta con 6 trabajadores que se encargan de la atención al cliente y además cumplen varias funciones según la demanda requerida como meseros, cajeros, limpieza del local y repartidores de delivery.</li> <li>- Dos trabajadores del área de atención al cliente se encargan de anotar los pedidos y hacer las entregas del pollo a la brasa mediante el servicio de delivery.</li> </ul>
<p>El 60.28% de los clientes consideran que la atención recibida en la pollería nunca es de calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Poca innovación por parte de la pollería en lo que se refiere a la atención a los clientes.</li> <li>- Atención básica al cliente por parte de los trabajadores de la pollería.</li> <li>- Atención establecida por parte de la pollería que tienen que aprender y brindar los trabajadores hacia los clientes, una atención poco actualizada que se mantiene a lo largo de los años.</li> </ul>

## 10. Establecer soluciones

Indicador	Problema	Acciones de mejora
Crecimiento profesional	El 80.00% de los trabajadores afirman que la empresa nunca brinda capacitaciones que le ayudan a mejorar su crecimiento profesional	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar un chef profesional para que capacite a los trabajadores de cocina a preparar mejores presentaciones del pollo a la brasa, nuevas variedades de cremas, diferentes tipos de ensaladas o la preparación de nuevas bebidas naturales.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración que capacite a los trabajadores del área de atención al cliente, sobre las técnicas de atención al cliente en el rubro de restaurantes.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración que cree un organigrama para la pollería y establezca las áreas y las funciones que le corresponde a cada trabajador.</li> </ul>
Incentivos laborales	El 90.00% de los trabajadores afirman que la pollería nunca le brinda incentivos laborales otorgándole bonos y pagos extras por su productividad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar un licenciado en administración para que de una capacitación en lo que se refiere al tema de motivación laboral, tanto a los dueños como a los trabajadores de la pollería.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración para que establezca las técnicas de motivación laboral que se va a utilizar en la pollería, como pagos extras por ser el trabajador del mes, bonos por un buen rendimiento laboral, aumento de sueldo según los años de servicio en la pollería.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración para que capacite al gerente de la pollería sobre los beneficios que trae la motivación laboral a la microempresa.</li> </ul>
Rapidez en la atención	El 64.39% de los clientes afirman que en la empresa nunca se atiende con rapidez a los clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar más personal para el área de cocina de la pollería, con experiencia en preparación del pollo a la brasa.</li> <li>- Contratar más personal para el área de atención al cliente de la pollería, con experiencia laboral en atención, en el rubro de pollerías.</li> <li>- Contratar una empresa dedicada exclusivamente al servicio de delivery, como glovo, Rappi o PedidosYa.</li> </ul>

<p>Atención de calidad</p>	<p>El 60.28% de los clientes consideran que la atención recibida en la pollería nunca es de calidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar un licenciado en administración para que, de una capacitación a los dueños y a los trabajadores de la pollería, en lo que se refiere a la importancia de la atención al cliente para la microempresa.</li>   <li>- Contratar un licenciado en administración para que establezca las técnicas de atención al cliente que se va a utilizar en la pollería, como regalarles una foto cada vez que consumen en el local de la pollería o regalarles una bebida natural cuando es el cumpleaños del cliente.</li>   <li>- Contratar un licenciado en administración para que capacite al gerente de la pollería, sobre los beneficios que trae brindar una buena e innovadora atención al cliente para la microempresa.</li> </ul>
----------------------------	---	---

## 11. Recursos para la implementación de las estrategias

Estrategias	Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar un chef profesional para que capacite a los trabajadores de cocina a preparar mejores presentaciones del pollo a la brasa, nuevas variedades de cremas, diferentes tipos de ensaladas o la preparación de nuevas bebidas naturales.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración que capacite a los trabajadores del área de atención al cliente, sobre las técnicas de atención al cliente en el rubro de restaurantes.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración que cree un organigrama para la pollería y establezca las áreas y las funciones que le corresponde a cada trabajador.</li> </ul>	Gerente	S/. 1000.00	Computadoras, proyectores, internet.	15 días
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar un licenciado en administración para que de una capacitación en lo que se refiere al tema de motivación laboral, tanto a los dueños como a los trabajadores de la pollería.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración para que establezca las técnicas de motivación laboral que se va a utilizar en la pollería, como pagos extras por ser el trabajador del mes, bonos por un buen rendimiento laboral, aumento de sueldo según los años de servicio en la pollería.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración para que capacite al gerente de la pollería sobre los beneficios que trae la motivación laboral a la microempresa.</li> </ul>	Gerente	S/. 1000.00	Computadoras, proyectores, internet.	15 días

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar más personal para el área de cocina de la pollería, con experiencia en preparación del pollo a la brasa.</li> <li>- Contratar más personal para el área de atención al cliente de la pollería, con experiencia laboral en atención, en el rubro de pollerías.</li> <li>- Contratar una empresa dedicada exclusivamente al servicio de delivery, como glovo, Rappi o PedidosYa.</li> </ul>	Gerente	S/. 2000.00	Computadoras, proyectors, internet.	15 días
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar un licenciado en administración para que, de una capacitación a los dueños y a los trabajadores de la pollería, en lo que se refiere a la importancia de la atención al cliente para la microempresa.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración para que establezca las técnicas de atención al cliente que se va a utilizar en la pollería, como regalarles una foto cada vez que consumen en el local de la pollería o regalarles una bebida natural cuando es el cumpleaños del cliente.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración para que capacite al gerente de la pollería, sobre los beneficios que trae brindar una buena e innovadora atención al cliente para la microempresa.</li> </ul>	Gerente	S/. 1000.00	Computadoras, proyectors, internet.	15 días
<b>Total</b>		<b>S/. 5000.00</b>		

12. Cronograma de actividades

N°	Estrategias	Fecha	Termino	Año 2024															
				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar un chef profesional para que capacite a los trabajadores de cocina a preparar mejores presentaciones del pollo a la brasa, nuevas variedades de cremas, diferentes tipos de ensaladas o la preparación de nuevas bebidas naturales.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración que capacite a los trabajadores del área de atención al cliente, sobre las técnicas de atención al cliente en el rubro de restaurantes.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración que cree un organigrama para la pollería y establezca las áreas y las funciones que le corresponde a cada trabajador.</li> </ul>	14-07-24	29-07-24		X		X												
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar un licenciado en administración para que de una capacitación en lo que se refiere al tema de motivación laboral, tanto a los dueños como a los trabajadores de la pollería.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración para que establezca las técnicas de motivación laboral que se va a utilizar en la pollería, como pagos extras por ser el trabajador del mes, bonos por un buen rendimiento laboral, aumento de sueldo según los años de servicio en la pollería.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración para que capacite al gerente de la pollería sobre los beneficios que trae la motivación laboral a la microempresa.</li> </ul>	30-07-24	15-08-24				X			X									

3	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar más personal para el área de cocina de la pollería, con experiencia en preparación del pollo a la brasa.</li> <li>- Contratar más personal para el área de atención al cliente de la pollería, con experiencia laboral en atención, en el rubro de pollerías.</li> <li>- Contratar una empresa dedicada exclusivamente al servicio de delivery, como glovo, Rappi o PedidosYa.</li> </ul>	16-08-24	31-08-24														
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contratar un licenciado en administración para que, de una capacitación a los dueños y a los trabajadores de la pollería, en lo que se refiere a la importancia de la atención al cliente para la microempresa.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración para que establezca las técnicas de atención al cliente que se va a utilizar en la pollería, como regalarles una foto cada vez que consumen en el local de la pollería o regalarles una bebida natural cuando es el cumpleaños del cliente.</li> <li>- Contratar un licenciado en administración para que capacite al gerente de la pollería, sobre los beneficios que trae brindar una buena e innovadora atención al cliente para la microempresa.</li> </ul>	01-09-24	16-09-24														

## VI. Conclusiones

Se estableció una propuesta de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024, debido a que es necesario que la microempresa cuente con estrategias de motivación intrínseca y extrínseca para que los trabajadores se sientan reconocidos por su buena labor y mejoren su desempeño en beneficio de la microempresa y de esta manera brindar una atención de calidad a los clientes.

Los trabajadores afirman que desarrollan sus labores eficientemente porque siempre desean superarse personalmente. Los trabajadores afirman que la empresa nunca brinda capacitaciones que le ayudan a mejorar su crecimiento profesional. Los trabajadores afirman que laboran dentro de la empresa porque siempre desean tener medios económicos para poder invertirlos en sus logros personales. Los trabajadores afirman que sienten que el trabajo que vienen realizando en la pollería siempre les permitirá tener un autoaprendizaje.

Los trabajadores afirman que la pollería nunca les brinda incentivos laborales otorgándoles bonos y pagos extras por su productividad. Los trabajadores afirman que la empresa siempre brinda reconocimientos laborales a sus trabajadores por el buen desempeño y para reconocer sus esfuerzos. Los trabajadores afirman que en la empresa siempre se promueven los ascensos laborales. Los trabajadores consideran que la empresa siempre debe brindar mejoras salariales (incremento salarial) por desempeño de cada trabajador.

Los clientes afirman que los trabajadores de la pollería siempre brindan una buena atención a los clientes cuando asisten al establecimiento a solicitar el producto de forma presencial. Los clientes afirman que los trabajadores de la pollería siempre tienen una comunicación directa con los clientes para atender a sus dudas o consultas. Los clientes afirman que los colaboradores de la empresa siempre poseen la capacidad de escucha y tienen empatía para atender a los clientes. Los clientes afirman que en la empresa nunca se atiende con rapidez a los clientes.

Los clientes afirman que siempre sienten un alto nivel de satisfacción con la atención recibida. Los clientes consideran que la atención recibida en la pollería nunca es de calidad. Los clientes consideran que la pollería siempre cumple con sus expectativas como cliente. Los



clientes consideran que el manejo de quejas y reclamos siempre es adecuado por parte de los trabajadores de la pollería.

Se elaboró una propuesta de mejora en base a los resultados de la investigación con la finalidad de mejorar la productividad de la microempresa a través de estrategias de motivación laboral y estrategias de atención al cliente en los trabajadores, dicha propuesta se elaboró debido a que la microempresa en estudio evidencio los siguientes problemas: Los trabajadores afirman que la empresa nunca brinda capacitaciones que le ayudan a mejorar su crecimiento profesional, los trabajadores afirman que la pollería nunca le brinda incentivos laborales otorgándole bonos y pagos extras por su productividad, los clientes afirman que en la empresa nunca se atiende con rapidez a los clientes y los clientes consideran que la atención recibida en la pollería nunca es de calidad.

## **VII. Recomendaciones**

Realizar nuevas investigaciones sobre la motivación laboral y la atención al cliente en las microempresas del rubro pollerías con la finalidad de detectar problemas de motivación laboral en los trabajadores y si esto afecta negativamente en el rendimiento de los trabajadores y en la atención que brindan a los clientes.

Contratar un chef profesional para que capacite a los trabajadores de cocina a preparar mejores presentaciones del pollo a la brasa, nuevas variedades de cremas, diferentes tipos de ensaladas o la preparación de nuevas bebidas naturales. Contratar un licenciado en administración que capacite a los trabajadores del área de atención al cliente, sobre las técnicas de atención al cliente en el rubro de restaurantes.

Contratar un licenciado en administración para que establezca las técnicas de motivación laboral que se va a utilizar en la pollería, como pagos extras por ser el trabajador del mes, bonos por un buen rendimiento laboral, aumento de sueldo según los años de servicio en la pollería.

Contratar más personal para el área de cocina de la pollería, con experiencia en preparación del pollo a la brasa. Contratar más personal para el área de atención al cliente de la pollería, con experiencia laboral en atención, en el rubro de pollerías.

Contratar un licenciado en administración para que establezca las técnicas de atención al cliente que se va a utilizar en la pollería, como regalarles una foto cada vez que consumen en el local de la pollería o regalarles una bebida natural cuando es el cumpleaños del cliente.

Implementar la propuesta de mejora que fue elaborado en base a los resultados de la investigación, de esta manera se propuso: Capacitar a los trabajadores de la microempresa, establecer técnicas de motivación laboral en la microempresa, contratar más personal para la microempresa y establecer técnicas de atención al cliente en la microempresa.

## Referencias bibliográficas

- Agurto Guerrero, D. E., & Angulo Bocanegra, J. D. (2022). *Motivación laboral y su relación con el desempeño laboral en los trabajadores de la empresa Control Parking SAC, Chimbote, 2022*. (Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo). Repositorio UCV. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/103990>
- Almonte, A., Bautista, C., Cuevas, E., Saliche, F., Saturria, E., & Solano Diaz, A. S. (2019). *Identificar la influencia de la motivación en el comportamiento laboral de los colaboradores de la empresa Restaurante el Conuco Santo Domingo, Periodo Enero - Abril 2019*. (Tesis de licenciatura, Universidad Dominicana O&M). Repositorio O&M. <https://es.scribd.com/document/573975785/Capitulos-Unidos-2>
- Angulo Vergara, J. E., & Franco Patiño, M. (2023). *Plan de mejoramiento en la calidad del servicio del restaurante El Palacio de la Costilla de la Ciudad de Pereira*. (Tesis de licenciatura, Universidad Libre). Repositorio UL <https://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/25495>
- Ariza Ramirez, F. J., & Ariza Ramirez, J. M. (2019). *Información y atención al cliente*. <https://www.marcialpons.es/libros/comunicacion-y-atencion-al-cliente/9788448609733/>
- Benavides Rodriguez, A., Bohórquez, E., Caiche, W., & Pérez, M. (2020). *La motivación y el desempeño laboral: El capital humano como factor clave en una organización*. Repositorio Scielo [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202020000300385](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300385)
- Calvo Asca, P. J. (2022). *Calidad de servicio y motivacion en los trabajadores de los Restaurantes Pollerías en el CP de LLicua, Amarilis, Huanuco - 2022*. (Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote). Repositorio Uladech. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/30800?show=full>
- Canova Valladares, C. (2019). *Caracterización de la gestión de calidad y atención al cliente de las mype, rubro pollerías de la Urb. Enrique Lopez Albuja I y II Etapa, Sullana, 2019*. (Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote). Repositorio Uladech. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/20298>
- Cardenas Custodio, G. C. (2023). *Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en la microempresa Restaurant Pollería Rodrigo's Chicken Distrito de San Vicente de Cañete, 2023*. (Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote). Repositorio Uladech. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/35402>
- Cenepo Cabanillas, A. F., & Gonzalez Sulca, A. (2023). *Motivación y desempeño en colaboradores empresariales*. (Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo). Repositorio UCV. <https://revistas.ucv.edu.pe/index.php/jang/article/view/2213>
- Diaz Bretones, F., & González González, J. (2019). *Motivación laboral*. [https://www.researchgate.net/publication/302168090\\_Motivacion\\_laboral](https://www.researchgate.net/publication/302168090_Motivacion_laboral)
- Espinoza Casco, R. J., Gonzales Sánchez, A., Mory Chiparra, W. E., Romero Carazas, R.,

- Sánchez Camargo, M. R., & Velasco Taipe, M. A. (2023). *Metodología y estadística en la investigación científica*.  
<https://puertomaderoeditorial.com.ar/index.php/pmea/catalog/book/17>
- Espinoza Ponce, S. M. D. (2022). *Propuesta de mejora de la atención al cliente y gestión de calidad de la microempresa del sector servicio, Caso: Pollería San Felipe Brasa, Huánuco, 2022*. (Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote). Repositorio Uladech. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/34078>
- González López, L. (2018). *Satisfacción y motivación en el trabajo*.  
<https://books.google.co.cr/books?id=uiJGN9iWQGgC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
- Haro Cherrez, M. de los A., & Moran Cruz, G. L. (2023). *Motivación laboral de los trabajadores del Restaurante Ganbaru*. (Tesis de licenciatura, Universidad de Guayaquil). Repositorio UG.  
<https://repositorioslatinoamericanos.uchile.cl/handle/2250/8265539>
- Hernandez Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2019). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.  
[https://books.google.com.pe/books/about/METODOLOG%C3%8DA\\_DE\\_LA\\_INVESTIGACI%C3%93N.html?id=5A2QDwAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/METODOLOG%C3%8DA_DE_LA_INVESTIGACI%C3%93N.html?id=5A2QDwAAQBAJ&redir_esc=y)
- Huaman Quispe, J. (2019). *Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurante: Caso "Restaurant, Pollería Rodrigo 'S". San Vicente, Cañete, 2019*. (Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote). Repositorio Uladech.  
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/19809>
- Ibarra Aguilar, D. G. (2021). *Generación millennial como fuerza de trabajo mayoritaria: su motivación laboral e intención de permanencia*. (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México). Repositorio UNAM.  
<https://ru.dgb.unam.mx/handle/20.500.14330/TES01000812844>
- Laura Canaza, L. D. (2022). *Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las mype del sector servicio Rubro Pollería, Caso "Beguiss" Distrito de San José, 2022*. (Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote). Repositorio Uladech.  
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/27352>
- Ministerio de la producción. (2021). *Las mipyme en cifras 2020*.  
<https://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/en/shortcode/oe-documentos-publicaciones/publicaciones-anuales/item/1008-las-mipyme-en-cifras-2020>
- Montoya, S. (2020). *Percepción de la calidad del servicio en los restaurantes de comida rápida de la Ciudad de Cali*. (Tesis de licenciatura, Universidad Icesi). Repositorio Icesi.  
[https://repository.icesi.edu.co/biblioteca\\_digital/handle/10906/87455](https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/handle/10906/87455)
- Murillo Moreno, L. (2019). *Fundamentos de servicio al cliente*.  
<https://digitk.areandina.edu.co/handle/areandina/3523>

- Navarro Juarez, D. (2019). *Gestión de calidad y atención al cliente de la pollería Gonzalitos, Distrito de Bellavista, 2019*. (Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote). Repositorio Uladech.  
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/25593?show=full>
- Omaña Fernández, S. (2020). *Motivación Laboral En Las Pymes*. (Tesis de licenciatura, Universidad de Cantabria). Repositorio UC.  
<https://repositorio.unican.es/xmlui/handle/10902/20058>
- Pilar Mejia, F. (2023). *Propuesta de mejoras en servicio al cliente de Restaurantes de categoría de Dos Tenedores en Santo Domingo, República Dominicana*. (Tesis de licenciatura, Universidad Apec). Repositorio APEC.  
[https://bibliotecaunapec.blob.core.windows.net/tesis/eT\\_CM\\_CI\\_ATH\\_02\\_2023\\_ET230367.pdf](https://bibliotecaunapec.blob.core.windows.net/tesis/eT_CM_CI_ATH_02_2023_ET230367.pdf)
- Pizarro De La Cruz, D. R. (2022). *Atención al cliente para mejorar la fidelización en la micro empresa Pollería Moly, Distrito Ayacucho, 2022*. (Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote). Repositorio Uladech.  
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/30374>
- Reategui Torres, E. A. (2022). *Propuesta de mejora de atención al cliente y gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del rubro Pollerías, Callería, Pucallpa, 2022*. (Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote). Repositorio Uladech.  
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/29622>
- Riso, W. (2020). *Guía práctica para mejorar la autoestima*. <https://elartedesabervivir.co/wp-content/uploads/2020/03/Gui%CC%81a-pra%CC%81ctica-Para-mejorar-la-autoestima-1.pdf>
- Robles Rosales, C. C. (2022). *Motivación y desempeño laboral en ls micro y pequeñas empresas del Rubro Restaurante: Caso el Granjero Pollería Criolla de la Ciudad de Huaraz - 2022*. (Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote). Repositorio Uladech. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/33995>
- Sakamoto Lopez, N. (2021). *Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, Rubro Pollerías del Distrito de Nuevo Chimbote, 2021*. (Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote). Repositorio Uladech.  
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/28501>
- Tito Ramos, H. (2021). *Propuesta de mejora de atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad de las micro y pequeñas Empresas del Sector Servicio Rubro Pollería, Caso: D' Ladys Distrito y Provincia de Huancané, 2021*. (Tesis de licenciatura, Universidad Católica los Ángeles de Chimbote). Repositorio Uladech.  
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/24308>
- Tschohl, J. (2018). *Servicio al cliente*. <https://www.servicequality.net/ftp/servicio-al-cliente.pdf>
- Zambrano Hidrovo, M. (2023). *Métodos y estrategias de motivación laboral*.

[https://books.google.com.pe/books/about/M%C3%A9todos\\_y\\_estrategias\\_de\\_motivaci%C3%B3n\\_la.html?id=y1fpEAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.pe/books/about/M%C3%A9todos_y_estrategias_de_motivaci%C3%B3n_la.html?id=y1fpEAAQBAJ&redir_esc=y)

## Anexos

### Anexo 01: Matriz de consistencia

TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA POLLERÍA RIKI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2024

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p><b>Problema general:</b></p> <p>¿Cuál es la propuesta de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024?</p>	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p>Establecer una propuesta de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p>Determinar las características de la motivación intrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024</p> <p>Describir las características de la motivación extrínseca en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024</p> <p>Identificar las características de la interacción con los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024</p> <p>Describir las características de la satisfacción de los clientes en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024</p>	<p>En el presente trabajo de investigación, no se plantea hipótesis por ser una investigación descriptiva.</p> <p>Las investigaciones de tipo descriptivo enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática. (Espinoza, 2023)</p>	<p><b>Variable 1: Motivación Laboral</b></p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Motivación intrínseca</li> <li>- Motivación extrínseca</li> </ul> <p><b>Variable 2: Atención al cliente</b></p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Interacción con los clientes</li> <li>- Satisfacción de los clientes</li> </ul>	<p><b>Tipo:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental, transversal</p> <p><b>Población y muestra:</b></p> <p><b>Población:</b> 10 trabajadores</p> <p><b>Muestra:</b> 73 clientes</p>

	<p>Elaborar una propuesta del plan de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024</p>			
--	--	--	--	--



## Anexos 02. Instrumento de recolección de información



### CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los trabajadores de la Pollería Riki, para desarrollar el trabajo de investigación que lleva como título: Propuesta de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024. Para optar el título profesional de licenciado en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted propone.

Marca con un aspa (x) en la siguiente escala valorativa, recuerde que los números corresponden a las palabras mencionadas.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

	Motivación Laboral	1	2	3	4	5
	<b>Dimensión 1. Motivación Intrínseca (Superación personal, Crecimiento profesional, Logros personales, Autoaprendizaje)</b>					
1	Desarrolla sus labores eficientemente porque desea superarse personalmente.					
2	La empresa brinda capacitaciones que le ayudan a mejorar su crecimiento profesional.					
3	Labora dentro de la empresa porque desea tener medios económicos para poder invertirlos en sus logros personales (mejorar su calidad de vida y educación).					
4	Siente que el trabajo que viene realizando en la pollería le permitirá tener un autoaprendizaje (conocimientos y habilidades) .					
	<b>Dimensión 2. Motivación Extrínseca (Incentivos laborales, Reconocimiento laboral, Ascensos laborales, Mejoras salariales)</b>					
5	La pollería le brinda incentivos laborales otorgándole bonos y pagos extras por su productividad.					
6	La empresa brinda reconocimientos laborales a sus trabajadores por el buen desempeño y para reconocer sus esfuerzos.					
7	En la empresa se promueven los ascensos laborales.					
8	Considera que la empresa debe brindar mejoras salariales (incremento salarial) por desempeño de cada trabajador.					

## CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información de los clientes de la Pollería Riki, para desarrollar el trabajo de investigación que lleva como título: Propuesta de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024. Para optar el título profesional de licenciado en Administración. Se le agradece anticipadamente la información que usted propone.

Marca con un aspa (x) en la siguiente escala valorativa, recuerde que los números corresponden a las palabras mencionadas.

5	4	3	2	1
Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca

Atención al cliente		1	2	3	4	5
<b>Dimensión 1. Interacción con los clientes (Atención presencial, Comunicación directa, Escuchar a los clientes, Rapidez en la atención)</b>						
1	Cree que los trabajadores de la pollería brindan una buena atención a los clientes cuando asisten al establecimiento a solicitar el producto de forma presencial.					
2	Considera que los trabajadores de la pollería tienen una comunicación directa con los clientes para atender a sus dudas o consultas.					
3	Los colaboradores de la empresa poseen la capacidad de escucha y tienen empatía para atender a los clientes.					
4	En la empresa se atiende con rapidez a los clientes.					
<b>Dimensión 2. Satisfacción de los clientes (Nivel de satisfacción, Atención de calidad, Expectativas del cliente, Solución de reclamos)</b>						
5	Siente un alto nivel de satisfacción con la atención recibida					
6	Considera que la atención recibida en la pollería es de calidad					
7	Considera que la pollería cumple con sus expectativas como cliente.					
8	Considera que el manejo de quejas y reclamos es adecuado por parte de los trabajadores de la pollería.					

### Anexo 03. Ficha técnica de los instrumentos (validez, confiabilidad u otros)

#### Carta de Presentación al Experto

##### CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister: YULY YOLANDA MORILLO CAMPOS

Presente.-

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: YAUCE ORMEÑO ABEL AMIEL estudiante / egresado 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: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA POLLERÍA RIKI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2024 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,



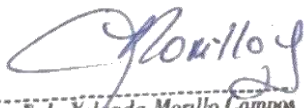
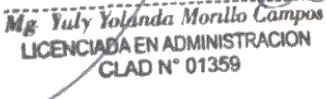

Firma de estudiante



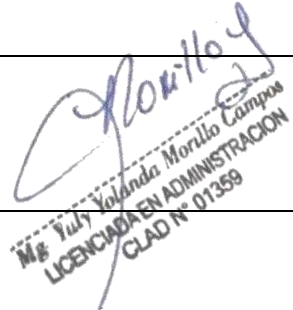
DNI: 70869219

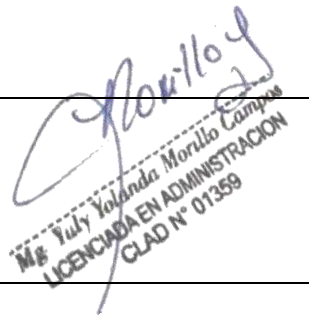
RECIBIDO 24/04/2024

## Ficha de Identificación del Experto

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación	
Nombres y Apellidos: YULY YOLANDA MORILLO CAMPOS	
Nº DNI / CE: ...33263862	Edad: ...51 años
Teléfono / celular: 985967896	Email: yymorillo@gmail.com
Título profesional: Licenciada en administración	
Grado académico: Maestría: <input checked="" type="checkbox"/> _____	Doctorado: _____
Especialidad: ...Gestión Pública...	
Institución que labora: ...Asesora académica independiente...	
Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis	
Título: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA POLLERÍA RIKI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2024	
Autor: YAUCE ORMEÑO ABEL AMIEL	
Programa académico: ADMINISTRACIÓN	
 	
_____ Firma	Huella digital

## Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA POLLERÍA RIKI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2024								
	Variable 1: Motivación laboral	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	<b>Dimensión 1:</b> Motivación Intrínseca (Superación personal, Crecimiento profesional, Logros personales, Autoaprendizaje)							
1	Desarrolla sus labores eficientemente porque desea superarse personalmente.	X		X		X		
2	La empresa brinda capacitaciones que le ayudan a mejorar su crecimiento profesional.	X		X		X		
3	Labora dentro de la empresa porque desea tener medios económicos para poder invertirlos en sus logros personales (mejorar su calidad de vida y educación).	X		X		X		
4	Siente que el trabajo que viene realizando en la pollería le permitirá tener un autoaprendizaje (conocimientos y habilidades).	X		X		X		
	<b>Dimensión 2:</b> Motivación Extrínseca (Incentivos laborales, Reconocimiento laboral, Ascensos laborales, Mejoras salariales)							
5	La pollería le brinda incentivos laborales otorgándole bonos y pagos extras por su productividad.	X		X		X		

6	La empresa brinda reconocimientos laborales a sus trabajadores por el buen desempeño y para reconocer sus esfuerzos.	X		X		X		
7	En la empresa se promueven los ascensos laborales.	X		X		X		
8	Considera que la empresa debe brindar mejoras salariales (incremento salarial) por desempeño de cada trabajador.	X		X		X		
	<b>Variable 2: Atención al cliente</b>							
	<b>Dimensión 1:</b> Interacción con los clientes (Atención presencial, Comunicación directa, Escuchar a los clientes, Rapidez en la atención)							
1	Cree que los trabajadores de la pollería brindan una buena atención a los clientes cuando asisten al establecimiento a solicitar el producto de forma presencial.	X		X		X		
2	Considera que los trabajadores de la pollería tienen una comunicación directa con los clientes para atender a sus dudas o consultas.	X		X		X		
3	Los colaboradores de la empresa poseen la capacidad de escucha y tienen empatía para atender a los clientes.	X		X		X		
4	En la empresa se atiende con rapidez a los clientes.	X		X		X		
	<b>Dimensión 2:</b> Satisfacción de los clientes (Nivel de satisfacción, Atención de calidad, Expectativas del cliente, Solución de reclamos)							

5	Siente un alto nivel de satisfacción con la atención recibida	X		X		X		
6	Considera que la atención recibida en la pollería es de calidad	X		X		X		
7	Considera que la pollería cumple con sus expectativas como cliente.	X		X		X		
8	Considera que el manejo de quejas y reclamos es adecuado por parte de los trabajadores de la pollería.	X		X		X		

\*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones: .....

Opinión de experto:   Aplicable ( X )   Aplicable después de modificar (   )   No aplicable (   )

Nombres y Apellidos de experto: Mgtr. Yuly Yolanda Morillo Campos..... DNI ...33263862.....

Mg Yuly Yolanda Morillo Campos  
LICENCIADA EN ADMINISTRACION  
GLAD N° 01359

FIRMA



HUELLA DIGITAL

## Carta de Presentación al Experto

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: MIGUEL ANGEL LIMO VASQUEZ

Presente.-

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: YAUCE ORMEÑO ABEL AMIEL estudiante / egresado 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: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA POLLERÍA RIKI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2024 y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

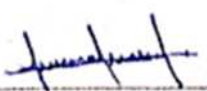
- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

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

Atentamente,

  
Dr Miguel A. Limo Vásquez  
DNI: 18215927  
CLAD 04926

**RECIBIDO 24/04/2024**

  
Firma de estudiante

DNI: 70869219



## Ficha de Identificación del Experto

### Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: MIGUEL ANGEL LIMO VASQUEZ

N° DNI / CE: 18215927

Edad: 45

Teléfono / celular: 949853330

Email: [mimov@uladech.edu.pe](mailto:mimov@uladech.edu.pe)

Título profesional: Licenciado en administración

Grado académico: Maestría: \_\_\_\_\_

Doctorado: X

Especialidad: Administración

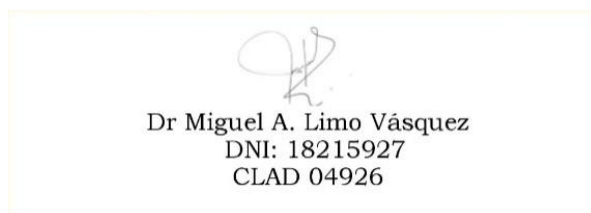
Institución que labora: Uladech

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA POLLERÍA RIKI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2024

Autor: YAUCE ORMEÑO ABEL AMIEL

Programa académico: ADMINISTRACIÓN



Firma y Sello



Huella digital

## Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA POLLERÍA RIKI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2024								
	Variable 1: Motivación laboral	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Motivación Intrínseca (Superación personal, Crecimiento profesional, Logros personales, Autoaprendizaje)	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	Desarrolla sus labores eficientemente porque desea superarse personalmente.	X		X		X		
2	La empresa brinda capacitaciones que le ayudan a mejorar su crecimiento profesional.	X		X		X		
3	Labora dentro de la empresa porque desea tener medios económicos para poder invertirlos en sus logros personales (mejorar su calidad de vida y educación).	X		X		X		
4	Siente que el trabajo que viene realizando en la pollería le permitirá tener un autoaprendizaje (conocimientos y habilidades).	X		X		X		
	Dimensión 2: Motivación Extrínseca (Incentivos laborales, Reconocimiento laboral, Ascensos laborales, Mejoras salariales)							
5	La pollería le brinda incentivos laborales otorgándole bonos y pagos extras por su productividad.	X		X		X		

6	La empresa brinda reconocimientos laborales a sus trabajadores por el buen desempeño y para reconocer sus esfuerzos.	X		X		X		
7	En la empresa se promueven los ascensos laborales.	X		X		X		
8	Considera que la empresa debe brindar mejoras salariales (incremento salarial) por desempeño de cada trabajador.	X		X		X		
	<b>Variable 2: Atención al cliente</b>							
	<b>Dimensión 1:</b> Interacción con los clientes (Atención presencial, Comunicación directa, Escuchar a los clientes, Rapidez en la atención)							
1	Cree que los trabajadores de la pollería brindan una buena atención a los clientes cuando asisten al establecimiento a solicitar el producto de forma presencial.	X		X		X		
2	Considera que los trabajadores de la pollería tienen una comunicación directa con los clientes para atender a sus dudas o consultas.	X		X		X		
3	Los colaboradores de la empresa poseen la capacidad de escucha y tienen empatía para atender a los clientes.	X		X		X		
4	En la empresa se atiende con rapidez a los clientes.	X		X		X		
	<b>Dimensión 2:</b> Satisfacción de los clientes (Nivel de satisfacción, Atención de calidad, Expectativas del cliente, Solución de reclamos)							

5	Siente un alto nivel de satisfacción con la atención recibida	X		X		X		
6	Considera que la atención recibida en la pollería es de calidad	X		X		X		
7	Considera que la pollería cumple con sus expectativas como cliente.	X		X		X		
8	Considera que el manejo de quejas y reclamos es adecuado por parte de los trabajadores de la pollería.	X		X		X		

\*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones: .....

Opinión de experto:   Aplicable (X )Aplicable después de modificar (    )   No aplicable (    )

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Miguel Angel Limo Vásquez   DNI: 18215927

  
 Dr Miguel A. Limo Vásquez  
 DNI: 18215927  
 CLAD 04926



## Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister:

**ROBERT RUBIO CASTILLO**

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS



**MG. ROBERT RUBIO CASTILLO**  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
CLAD N° 01358

Recibido 24/04/2024

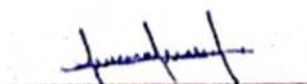
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: YAUCE ORMEÑO ABEL AMIEL estudiante / egresado del programa académico de ADMINISTRACIÓN de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA POLLERÍA RIKI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2024 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,



Firma de estudiante

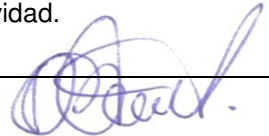
DNI: 70869219

## Ficha de Identificación del Experto

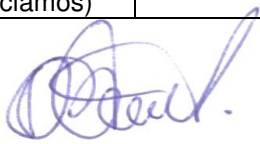
Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación	
Nombres y Apellidos: <b>ROBERT RUBIO CASTILLO</b>	
Nº DNI / CE: ...32888279	Edad: ...52 años
Teléfono / celular: 985964848	Email: Robert.rubio.castillo@gmail.com
<hr/>	
Título profesional: LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN	
Grado académico: Maestría: <input checked="" type="checkbox"/> X	Doctorado: <input type="checkbox"/>
Especialidad: ...ADMINISTRACIÓN...	
Institución que labora: ...ESSALUD CHIMBOTE.....	
<hr/>	
Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis	
Título: PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA POLLERÍA RIKI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2024	
Autor: YAUCE ORMEÑO ABEL AMIEL	
Programa académico: ADMINISTRACIÓN	
<hr/>	
 <b>MG. ROBERT RUBIO CASTILLO</b> LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN CLAD Nº 01358	
<hr/>	
Firma	Huella digital

**Ficha de Validación**

<b>FICHA DE VALIDACIÓN*</b>								
<b>TÍTULO:</b> PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA POLLERÍA RIKI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2024								
	<b>Variable 1: Motivación laboral</b>	<b>Relevancia</b>		<b>Pertinencia</b>		<b>Claridad</b>		<b>Observaciones</b>
	<b>Dimensión 1:</b> Motivación Intrínseca (Superación personal, Crecimiento profesional, Logros personales, Autoaprendizaje)	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	<b>Cumple</b>	<b>No cumple</b>	
1	Desarrolla sus labores eficientemente porque desea superarse personalmente.	X		X		X		
2	La empresa brinda capacitaciones que le ayudan a mejorar su crecimiento profesional.	X		X		X		
3	Labora dentro de la empresa porque desea tener medios económicos para poder invertirlos en sus logros personales (mejorar su calidad de vida y educación).	X		X		X		
4	Siente que el trabajo que viene realizando en la pollería le permitirá tener un autoaprendizaje (conocimientos y habilidades)	X		X		X		
	<b>Dimensión 2:</b> Motivación Extrínseca (Incentivos laborales, Reconocimiento laboral, Ascensos laborales, Mejoras salariales)							
5	La pollería le brinda incentivos laborales otorgándole bonos y pagos extras por su productividad.	X		X		X		



6	La empresa brinda reconocimientos laborales a sus trabajadores por el buen desempeño y para reconocer sus esfuerzos.	X		X		X		
7	En la empresa se promueven los ascensos laborales.	X		X		X		
8	Considera que la empresa debe brindar mejoras salariales (incremento salarial) por desempeño de cada trabajador.	X		X		X		
	<b>Variable 2: Atención al cliente</b>							
	<b>Dimensión 1:</b> Interacción con los clientes (Atención presencial, Comunicación directa, Escuchar a los clientes, Rapidez en la atención)							
1	Cree que los trabajadores de la pollería brindan una buena atención a los clientes cuando asisten al establecimiento a solicitar el producto de forma presencial.	X		X		X		
2	Considera que los trabajadores de la pollería tienen una comunicación directa con los clientes para atender a sus dudas o consultas.	X		X		X		
3	Los colaboradores de la empresa poseen la capacidad de escucha y tienen empatía para atender a los clientes.	X		X		X		
4	En la empresa se atiende con rapidez a los clientes.	X		X		X		
	<b>Dimensión 2:</b> Satisfacción de los clientes (Nivel de satisfacción, Atención de calidad, Expectativas del cliente, Solución de reclamos)							





5	Siente un alto nivel de satisfacción con la atención recibida	X		X		X		
6	Considera que la atención recibida en la pollería es de calidad	X		X		X		
7	Considera que la pollería cumple con sus expectativas como cliente.	X		X		X		
8	Considera que el manejo de quejas y reclamos es adecuado por parte de los trabajadores de la pollería.	X		X		X		

\*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones: .....

Opinión de experto:   Aplicable ( X )   Aplicable después de modificar (   )   No aplicable (   )

Nombres y Apellidos de experto: Mgtr. Robert Rubio Castillo..... DNI ...32888279....



**MG. ROBERT RUBIO CASTILLO**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**  
**CLAD N° 01358**

Firma



## Confiabilidad del instrumento

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
1	VARIABLE : MOTIVACIÓN LABORAL															
2																
3		item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	SUMA		Σ (símbolo sumatoria)				
4	Sujeto 1	5	1	5	5	1	5	5	5	32		α (Alfa) =	0.68258317			
5	Sujeto 2	4	2	4	4	2	4	4	5	29		K (Numero de Items) =	8			
6	Sujeto 3	4	1	5	4	1	5	5	5	30		Vi (Varianza de cada Items) =	1.47			
7	Sujeto 4	5	1	5	5	1	5	5	5	32		Vt (Varianza Total) =	3.65			
8	Sujeto 5	4	2	5	5	1	5	5	5	32						
9	Sujeto 6	5	1	5	4	1	5	5	5	31						
10	Sujeto 7	5	1	5	5	1	5	5	5	32						
11	Sujeto 8	5	1	5	5	1	5	5	5	32						
12	Sujeto 9	4	1	4	4	1	4	4	4	26						
13	Sujeto 10	5	1	5	5	1	4	4	4	29						
14	VARIANZA	0.24	0.16	0.16	0.24	0.09	0.21	0.21	0.16							
15																
16																

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
16																
17	VARIABLE ATENCION AL CLIENTE															
18																
19		item 1	item 2	item 3	item 4	item 5	item 6	item 7	item 8	SUMA		Σ (símbolo sumatoria)				
20	sujeto 1	5	5	5	1	5	1	3	3	28		α (Alfa) =	0.77201759			
21	sujeto 2	5	5	5	4	5	5	4	3	36		K (Numero de Items) =	8			
22	sujeto 3	4	5	5	2	3	2	5	5	31		Vi (Varianza de cada Items) =	11.49			
23	sujeto 4	3	3	3	4	3	2	2	2	22		Vt (Varianza Total) =	35.41			
24	sujeto 5	5	2	2	1	5	1	3	3	22						
25	sujeto 6	4	2	2	1	4	1	2	3	19						
26	sujeto 7	4	5	5	4	4	5	5	5	37						
27	sujeto 8	5	3	5	1	5	1	2	2	24						
28	sujeto 9	3	4	5	2	5	4	5	4	32						
29	sujeto10	5	5	5	1	5	1	5	5	32						
30	VARIANZA	0.61	1.49	1.56	1.69	0.64	2.61	1.64	1.25							
31																
32																
33																

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

### CONCLUSIÓN:

En la variable "Motivación laboral" se encuestó a 10 trabajadores de la "Pollería Riki" de lo cual según la fórmula alfa de Cronbach salió como resultado final 0.68258317, lo que nos quiere decir el análisis de la consistencia que es buena la confiabilidad del instrumento.

En la variable "Atención al cliente" se encuestó a 73 clientes de la "Pollería Riki" de lo cual según la fórmula alfa de Cronbach salió como resultado final 0.77201759, lo que nos quiere decir el análisis de la consistencia que es buena la confiabilidad del instrumento.

## **Anexo 04. 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 ..... y es dirigido por Abel Amiel Yauce Ormeño, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: .....

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 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 954981945. Si desea, también podrá escribir al correo [Abel\\_2007@outlook.com](mailto:Abel_2007@outlook.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: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: \_\_\_\_\_

Firma del investigador (o encargado de recoger información): \_\_\_\_\_

## Carta



Chimbote, 22 de abril del 2024

**CARTA N° 0000000513- 2024-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA**

**Señor/a:**

**Presente.-**

A través del presente reciba el cordial saludo a nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote, asimismo solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada PROPUESTA DE MEJORA DE LA MOTIVACIÓN LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA POLLERÍA RIKI, DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2024, que involucra la recolección de información/datos en TRABAJADORES Y CLIENTES, a cargo de ABEL AMIEL YAUCE ORMEÑO, perteneciente a la Escuela Profesional de la Carrera Profesional de ADMINISTRACIÓN, con DNI N° 70869219, durante el período de 01-04-2024 al 30-04-2024.

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.

Atentamente.

Dr. Willy Valle Salvatierra  
Coordinador de Gestión de Investigación

---

## Declaración jurada

### DECLARACIÓN JURADA

Yo, Abel Amiel Yauce Ormeño, identificado (a) con DNI, 70869219 con domicilio real en (Calle, Av. Jr.) Urbanización Nicolás Garatea Mz19 Lt14, Distrito de Nuevo Chimbote, Provincia del Santa, Departamento de Ancash,

#### DECLARO BAJO JURAMENTO,

En mi condición de (estudiante/bachiller) bachiller con código de estudiante 0108142043 de la Escuela Profesional de Administración Facultad de Ciencias e ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2024-1:

1. Que los datos consignados en la tesis titulada Propuesta de mejora de la motivación laboral para la atención al cliente en la microempresa Pollería Riki, Distrito de Nuevo Chimbote, 2024. Son reales.

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

Jueves, 28 de marzo del 2024



Firma del estudiante/bachiller

DNI: 70869219



Huella Digital