



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

**PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LA EMPRESA DE SERVICIOS BISIESTO E.I.R.L., HUARAZ, 2024**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
GESTIÓN PÚBLICA Y PRIVADA

AUTOR

IZAGUIRRE MANRIQUE, YASURY ANNISON

ORCID:0000-0002-5678-6757

ASESOR

ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID:0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE-PERÚ

2024



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0238-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **08:28** horas del día **17** de **Noviembre** 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
CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS Miembro
SALINAS GAMBOA JOSE GERMAN Miembro
Mgtr. ESTRADA DÍAZ ELIDA ADELIA Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA DE SERVICIOS BISIESTO E.I.R.L., HUARAZ, 2024**

Presentada Por :
(1211191112) **IZAGUIRRE MANRIQUE YASURY ANNISON**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **15**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

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

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Presidente

CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
Miembro

SALINAS GAMBOA JOSE GERMAN
Miembro

Mgtr. ESTRADA DÍAZ 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 DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA DE SERVICIOS BISIESTO E.I.R.L., HUARAZ, 2024 Del (de la) estudiante IZAGUIRRE MANRIQUE YASURY ANNISON, asesorado por ESTRADA DÍAZ ELIDA ADELIA se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 0% 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, 17 de Junio del 2026



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

Dedicatoria

A Dios, fuente de sabiduría y fortaleza, quien ha guiado mis pasos en este camino de aprendizaje. Gracias por darme la claridad, la perseverancia y las bendiciones necesarias para alcanzar esta meta. A ti, Señor, ofrezco este logro, con gratitud y humildad.

A mis padres, por su amor incondicional, su apoyo constante y sus sacrificios que han hecho posible este sueño. Gracias por enseñarme el valor del esfuerzo, la dedicación y el respeto. A mi hermano, por ser mi compañero de vida y ejemplo de superación. Esta meta es también suya, por todo lo que me han dado.

Agradecimiento

A la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, mi alma mater, expreso mi más sincero agradecimiento por brindarme la formación académica y profesional que ha sido fundamental en mi desarrollo como futura licenciada. Durante estos cinco años de estudio, he tenido el privilegio de aprender y crecer en una institución que valora la excelencia y el compromiso con el conocimiento.

Mi más profundo agradecimiento a mi asesora, la Mgtr. Elida Adelia Estrada Díaz, por su orientación, dedicación y apoyo constante en el desarrollo de esta tesis. Su paciencia, conocimiento y compromiso han sido pilares fundamentales en este proceso, inculcándonos siempre la importancia de la rigurosidad académica y el esfuerzo en la búsqueda de la verdad científica.

Índice general

Dedicatoria.....	IV
Agradecimiento	V
Índice general	VI
Lista de tablas	VII
Lista de figuras	VIII
Resumen	IX
Abstract.....	X
I. Planteamiento del problema	1
II. Marco teórico.....	6
2.1. Antecedentes	6
2.2. Bases teóricas.....	26
2.3. Hipótesis	44
III. Metodología.....	45
3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación	45
3.2. Población	46
3.3. Operacionalización de las variables.....	49
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	50
3.5. Método de análisis de datos	51
3.6. Aspectos éticos	52
IV. Resultados.....	55
V. Discusión.....	78
VI. Conclusiones.....	127
VII. Recomendaciones	129
Referencias bibliográficas	132
Anexos.....	138
Anexo 1. Carta de recojo de datos	138
Anexo 2. Documento de autorización para el desarrollo de la investigación.....	139
Anexo 3. Matriz de Consistencia	140
Anexo 4. Instrumento de recolección de información.....	141
Anexo 5. Ficha técnica de los instrumentos	143
Anexo 6. Formato de consentimiento informado	160

Lista de tablas

Tabla 1. Características de las condiciones laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.....	55
Tabla 2. Características de la evaluación del desempeño en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.....	57
Tabla 3. Características de los incentivos laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.....	59
Tabla 4. Características de la empatía con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.....	61
Tabla 5. Características de la comunicación con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.....	63
Tabla 6. Características de la satisfacción del cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.....	65
Tabla 7. Propuesta de un plan de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024	67

Lista de figuras

Figura 1. Características de las condiciones laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.....	56
Figura 2. Características de la evaluación del desempeño en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.....	58
Figura 3. Características de los incentivos laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.....	60
Figura 4. Características de la empatía con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.....	62
Figura 5. Características de la comunicación con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.....	64
Figura 6. Características de la satisfacción del cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.....	66

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general: establecer una propuesta de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. El tipo de investigación fue cuantitativo, con un nivel descriptivo – de propuesta y un diseño no experimental – transversal. La población y muestra incluyó a 10 trabajadores para la variable desempeño laboral y 36 clientes para la variable atención al cliente. Se utilizó la técnica de encuesta, y el instrumento fueron dos cuestionarios con 16 preguntas en escala Likert. Los resultados muestran que el 80% de los trabajadores considera que solo algunas veces el ambiente laboral es adecuado, y el 50% indica que casi siempre tienen los recursos necesarios. El 100% de los empleados señala que muy pocas veces reciben evaluaciones de su desempeño o capacitación. En cuanto a los clientes, el 83% afirma que algunas veces el personal muestra interés en sus problemas, y el 81% menciona que la comunicación es fluida, aunque se destacan deficiencias en la oferta de opciones de comunicación digital. Se concluye que, es necesario implementar un sistema de evaluación de desempeño, mejorar la capacitación y ajustar los incentivos laborales. También se deben reforzar la empatía y la comunicación con los clientes para asegurar una atención más eficaz y mejorar la percepción de la calidad del servicio.

Palabras clave: Atención, cliente, desempeño, pequeña empresa

Abstract

The general objective of this research was: to establish a proposal for improving job performance for customer service in the company Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. The type of research was quantitative, with a descriptive – proposal level and a non-experimental – cross-sectional design. The population and sample included 10 employees for the job performance variable and 36 clients for the customer service variable. The survey technique was used, and the instrument consisted of two questionnaires with 16 Likert scale questions. The results show that 80% of the employees consider that the work environment is only adequate sometimes, and 50% indicate that they almost always have the necessary resources. 100% of employees report that they very rarely receive performance evaluations or training. Regarding clients, 83% state that the staff only sometimes shows interest in their problems, and 81% mention that communication is smooth, although deficiencies are highlighted in the availability of digital communication options. It is concluded that it is necessary to implement a performance evaluation system, improve training, and adjust job incentives. Empathy and communication with clients should also be reinforced to ensure more effective service and improve the perception of service quality.

Keywords: Customer service, performance, small business

I. Planteamiento del problema

Las micro, pequeñas y medianas empresas (MYPES) en el Perú desempeñan un papel fundamental en la economía del país. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), las MYPES representan el 99.6% del total de empresas en el Perú, contribuyendo con el 47% del Producto Bruto Interno (PBI). También estas empresas son importantes por su capacidad para generar empleo, lo que las convierte en un pilar esencial en la estructura económica y social del país.

Sin embargo, a pesar de su importancia, las MYPES enfrentan grandes desafíos, entre ellos está la alta tasa de informalidad, que afecta al 83% de estas empresas, lo cual limita su capacidad de crecimiento y formalización (Cañari, 2023). En este contexto, es necesario fomentar políticas de apoyo y programas que faciliten la formalización y el acceso a recursos financieros, tecnológicos y de mercado, permitiendo así que estas empresas se desarrollen y contribuyan aún más a la economía nacional.

A pesar de que la mayoría de estas empresas se mantiene en su condición inicial sin lograr un crecimiento significativo, su potencial para contribuir al desarrollo económico del país es innegable. No obstante, las MYPES peruanas enfrentan retos significativos en aspectos cruciales como el desempeño laboral y la atención al cliente. En términos de desempeño laboral, muchas microempresas no implementan estrategias efectivas para optimizar la productividad y la eficiencia de sus empleados, lo que se traduce en una falta de estructura y formación que limita el crecimiento y el potencial de estas empresas. Por otro lado, la atención al cliente también suele ser desatendida; muchas MYPES no invierten en procesos o formación que garantice una experiencia positiva para el cliente, lo que afecta negativamente la satisfacción y fidelización.

Este problema puede obstaculizar el desarrollo y la competitividad de las MYPES, impidiendo que alcancen su máximo potencial en el mercado, este problema ocurre alrededor del mundo por mencionar: En países europeos como Alemania y Francia, un estudio que evaluó el desempeño laboral de los trabajadores de empresas pequeñas, reveló que, aunque una mayoría de empleados muestra cierto nivel de satisfacción, solo el 40% está completamente satisfecho con los incentivos y el ambiente laboral (Noroña y Gavilanes, 2023). Esta evaluación resalta una brecha significativa entre lo que las empresas ofrecen y lo que los empleados consideran necesario para un rendimiento óptimo. Para mejorar el desempeño laboral, es esencial que las empresas europeas refuercen sus estrategias de incentivos y trabajen en crear un entorno de trabajo más atractivo y estimulante.

En América Latina, un estudio que evaluó el desempeño laboral en diversas mypes de países como México y Brasil identificó serias deficiencias en la implementación de prácticas que mejoren el rendimiento de los trabajadores (Noroña y Gavilanes, 2023). La falta de incentivos adecuados y un ambiente laboral que no promueve la eficiencia afectan negativamente la productividad. Para enfrentar estos desafíos, es crucial que las mypes latinoamericanas adopten mejores prácticas de gestión del capital humano, enfocándose en evaluaciones regulares del desempeño y en crear condiciones laborales que impulsen un mejor rendimiento de sus empleados.

En Ecuador, un estudio sobre la atención al cliente en pequeñas empresas del cantón Machala mostró problemas significativos relacionados con la honestidad, empatía, y comunicación con los clientes. Muchos clientes expresaron insatisfacción debido a la falta de sinceridad y la poca empatía de los empleados durante sus interacciones (González et al., 2021). Además, la falta de diálogo efectivo y la resolución de problemas contribuyeron a una percepción negativa del servicio. Estos problemas no solo afectan la satisfacción del cliente, sino que también pueden dañar la reputación de las empresas si no se abordan adecuadamente.

A nivel nacional, un estudio realizado sobre la atención al cliente en la empresa Grupo Loayza en Ayacucho, señala que el 75% de los clientes reportaron que los trabajadores de la empresa nunca mostraron interés en solucionar sus problemas, y un 66.7% mencionaron que solo a veces se les inspiraba confianza. Además, la comunicación con los clientes fue percibida como poco fluida por el 50% de los encuestados (Condori, 2021). Estos resultados indican que la falta de empatía, la deficiente comunicación y la insuficiente calidad del servicio son problemáticas clave que afectan la satisfacción del cliente en la empresa, lo que subraya la necesidad urgente de mejorar estos aspectos para asegurar una atención más efectiva y eficiente.

Por otro lado, en una investigación realizada en una micro y pequeña empresa del sector servicios en Ayacucho, se identificó que el desempeño laboral presenta serias deficiencias. Los resultados mostraron que el 46.66% de los empleados solo a veces muestran un buen desempeño, mientras que el 53.34% indicó que casi siempre se observa un adecuado desempeño en sus labores (Llantoy Janampa, 2023). Esto revela que existe una variabilidad en el compromiso y efectividad de los trabajadores, lo que podría estar relacionado con la falta de incentivos o motivación, afectando directamente el funcionamiento y productividad de la empresa.

También en Lima, Perú, un estudio realizado por Tapia (2024) en el taller mecánico Diesel identificó problemas significativos en el desempeño laboral relacionados con el ambiente de trabajo y la gestión de recursos. Los trabajadores frecuentemente pierden tiempo valioso buscando herramientas necesarias, lo que afecta directamente la eficiencia operativa y, por ende, la productividad de la empresa. La falta de una gestión adecuada de los recursos físicos no solo disminuye la moral de los empleados, sino que también contribuye a una menor productividad general.

A nivel local, en la microempresa denominada Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L. ubicada en Huaraz y que cuenta con diez años en el sector de mantenimiento y reparación de vehículos, enfrenta problemas generales en los aspectos de desempeño laboral y atención al cliente. En lo que respecta al desempeño laboral, se ha observado que los trabajadores podrían estar experimentando dificultades relacionadas con las condiciones de trabajo y la gestión de recursos físicos, ya que los empleados muy pocas veces reciben evaluaciones de su desempeño o capacitación. Estas deficiencias afectan la motivación y productividad del personal, lo cual, a su vez, podría impactar en la eficiencia operativa general del taller.

Por otro lado, en términos de atención al cliente, aunque la empresa ya cuenta con clientes recurrentes y fidelizados, existen aspectos de mejora en la forma en que se comunican y se relacionan con los clientes. La empresa enfrenta el desafío de captar nuevos clientes y mantener la satisfacción de los actuales, ya que, aunque el personal a veces muestra interés en los problemas de los clientes, las deficiencias en la oferta de opciones de comunicación digital limitan su capacidad para expandir su clientela y mejorar su servicio general. Las deficiencias en la comunicación y el diálogo con los clientes están limitando su capacidad para expandir su clientela y mejorar su servicio general.

De acuerdo con la problemática anteriormente descrita, se formuló la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la propuesta de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024? Y como problemas específicos: ¿Cuáles son las características de las condiciones laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024?; ¿Cuáles son las características de la evaluación del desempeño en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024?; ¿Cuáles son las características de los incentivos laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024?; ¿Cuáles son las características de la empatía con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024?; ¿Cuáles son las características

de la comunicación con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024?; ¿Cuáles son las características de la satisfacción del cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024?; ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024?

En la presente investigación se planteó como objetivo general: Establecer una propuesta de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. Para desarrollar el objetivo general se plantearon los siguientes objetivos específicos: Identificar las características de las condiciones laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. Definir las características de la evaluación del desempeño en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. Describir las características de los incentivos laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. Definir las características de la empatía con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. Describir las características de la comunicación con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. Identificar las características de la satisfacción del cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. Elaborar una propuesta de un plan de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024

El estudio se justifica por las siguientes razones: A nivel teórico se presentó una base sólida y actualizada sobre el desempeño laboral (Condiciones laborales, evaluación del desempeño e incentivos laborales) y la atención al cliente (Empatía con el cliente, comunicación con el cliente, satisfacción del cliente). Se emplearon teorías y estudios recientes para explorar y desarrollar conceptos fundamentales de las variables de estudio. La investigación también ofrece un marco teórico que puede ser útil para futuras investigaciones en el ámbito de la gestión de microempresas de servicios de mantenimiento y reparación de vehículos y otros rubros similares. El presente estudio se justifica a nivel práctico porque permitió identificar y abordar problemas en las áreas de desempeño laboral y atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L. A través de este estudio, se diseñó un plan de mejora que busca optimizar las condiciones laborales, mejorar la eficiencia operativa y elevar la calidad de la atención al cliente. Estas mejoras aumentan la satisfacción del cliente y fortalece la competitividad de la empresa en el mercado. Además, las propuestas derivadas del estudio sirven como una guía práctica para que otras microempresas del mismo sector

puedan aplicar estrategias similares para mejorar su rendimiento y la satisfacción de sus clientes. La presente investigación se justifica metodológicamente porque se utilizó una metodología científica rigurosa, utilizando técnicas e instrumentos válidos, estructurados y confiables para la recolección y análisis de datos. Se utilizó una encuesta con escala Likert como principal herramienta para evaluar las percepciones de los empleados sobre su desempeño laboral y de los clientes sobre la atención recibida. La recolección de datos conto con la participación de los trabajadores y de los clientes fidelizados de la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., asegurando un enfoque integral en el análisis. La encuesta fue validada por expertos para garantizar su relevancia y precisión, y se evaluó su consistencia interna mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, lo que aseguro la confiabilidad de los resultados obtenidos. Este enfoque metodológico sirve como guía para futuras investigaciones, proporcionando un ejemplo claro del desarrollo y aplicación de metodologías en investigaciones similares, contribuyendo así al avance de las prácticas metodológicas en el campo de la gestión empresarial.

II. Marco teórico

2.1. Antecedentes

Antecedentes internacionales

Variable 1: Desempeño laboral

Dada la falta de estudios específicos centrados en la variable de desempeño laboral en el rubro de la investigación, se ha optado por utilizar investigaciones que abordan aspectos generales del desempeño laboral en rubros relacionados al sector de servicio. Estas investigaciones, que también evalúan a los trabajadores, proporcionan un marco teórico relevante y aplicable, ofreciendo una base sólida para el estudio de la variable en cuestión.

Santamaría (2020) en su tesis para optar por el título de Maestría en Desarrollo del Talento Humano en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Titulado: *Incidencia del clima organizacional en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Datapro S.A.*, tuvo como objetivo general: Determinar si el clima organizacional, en las dimensiones seleccionadas, incidió en el desempeño laboral de los colaboradores de Datapro S.A., 2020. La investigación fue de tipo mixto cuantitativo-cualitativo, nivel descriptivo que tuvo un diseño no experimental, transaccional y correlacional. Para el recojo de datos se utilizó una población y muestra de 58 trabajadores de la empresa. Se utilizó la técnica de la encuesta y se diseñó y aplicó como instrumento un cuestionario de 31 preguntas en escala Likert, sometido a pruebas de validez y confiabilidad. Los resultados más destacados fueron los siguientes: Un 65.10% de los empleados expresó desacuerdo con la gestión del tiempo y la claridad en las instrucciones, un 67.90% en desacuerdo con los recursos disponibles, un 61.30% en desacuerdo con el apoyo de la dirección, un 81.10% estuvo de acuerdo con el ambiente laboral, un 75.50% estuvo de acuerdo con la equidad en la distribución de tareas, un 58.50% estuvo de acuerdo con la efectividad de las reuniones, un 75.50% mostró desacuerdo con la retroalimentación constructiva, un 66.00% en desacuerdo con las oportunidades de capacitación, un 80.20% en desacuerdo con la accesibilidad a herramientas, un 67.00% estuvo de acuerdo con la claridad en los objetivos, un 66.00% expresó desacuerdo con la calidad del soporte técnico, un 75.50% en desacuerdo con la comunicación efectiva en el equipo, un 62.30% en desacuerdo con la asignación de premios por reconocimiento de desempeño, un 51.90% en desacuerdo con el espacio de trabajo, un 74.50% en desacuerdo con la transparencia en evaluaciones, un 80.20% en desacuerdo con la resolución de conflictos, un 73.60% en desacuerdo con la actualización

de procedimientos, un 66.00% en desacuerdo con la flexibilidad horaria, un 56.60% en desacuerdo con el soporte administrativo, un 61.30% en desacuerdo con las políticas de seguridad, un 75.50% en desacuerdo con la rapidez en resolución de problemas, un 66.00% en desacuerdo con los recursos formativos, un 75.50% en desacuerdo con los métodos de evaluación, un 56.60% estuvo de acuerdo con la claridad en roles y responsabilidades, un 85.80% estuvo de acuerdo con la puntualidad en pagos, un 64.20% estuvo de acuerdo con las políticas de incentivos, un 66.00% estuvo de acuerdo con la coherencia en normas, un 61.30% estuvo de acuerdo con las oportunidades de crecimiento, un 66.00% estuvo de acuerdo con la integración tecnológica, un 75.50% estuvo de acuerdo con la comunicación entre departamentos, y un 68.00% estuvo de acuerdo con la capacidad de supervisores para resolver problemas rápidamente. Se concluye que, en la empresa el clima organizacional y sus dimensiones tienen una incidencia significativa en el desempeño laboral, siendo esencial abordar las áreas con mayores niveles de desacuerdo para mejorar el rendimiento y la satisfacción de los empleados.

Ohunakin y Olugbade (2022) en su tesis para optar por el título de Doctorado en Administración en la Universidad de Florida, Estados Unidos. Titulado: *Influencia de la comunicación en el desempeño laboral, en empresas del sector automotriz en EE.UU.* Tuvo como objetivo general: Determinar el papel moderador de la comunicación en la relación entre el sistema de compensación percibido y el desempeño laboral de los empleados con contacto con el cliente y trabajadores operativos, en empresas del sector automotriz en EE.UU. La investigación fue de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental, transversal y correlacional. La población y muestra estuvo compuesta por 510 trabajadores. Se utilizó la técnica de la encuesta, aplicando como instrumento un cuestionario tipo Likert con un total de 10 preguntas. Los resultados más destacados fueron: El 65% de los participantes indicó estar satisfecho con la comunicación interna, el 70% afirmó que una buena comunicación mejoró su desempeño laboral, el 60% consideró que el sistema de compensación era adecuado, el 55% mencionó que la falta de claridad en la comunicación incrementaba sus intenciones de dejar la empresa, el 75% estaba de acuerdo en que la comunicación efectiva fomentaba la confianza en la organización, el 68% destacó la importancia de la comunicación para la resolución de conflictos, el 72% expresó que la retroalimentación constante mejoraba su rendimiento, el 58% señaló que la falta de comunicación afectaba negativamente su moral, el 80% afirmó que una mejor comunicación reduciría su estrés laboral, y el 63% indicó que la transparencia en la comunicación era clave

para su compromiso con la empresa. Se concluye que, en la mayoría de empresas, se destaca que los altos niveles de satisfacción con la comunicación fortalecen la relación positiva entre el sistema de compensación percibido y el desempeño laboral, lo que disminuye las intenciones de rotación en empleados con contacto con el cliente y trabajadores operativos.

Villacres (2023) en su tesis para optar por el título de Maestría en Gestión del Talento Humano en el Instituto de Posgrado de la Universidad Técnica de Manabí, Ecuador. Titulado: *Estudio de la carga laboral en el desempeño laboral del personal operativo del cuerpo de bomberos del Cantón Quevedo 2023*, El objetivo general fue: Analizar la carga laboral y su impacto en el desempeño laboral del personal operativo del cuerpo de bomberos del Cantón Quevedo 2023. La investigación fue de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental de corte transversal. La población y muestra estuvo compuesta por 76 trabajadores. Se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta, aplicando como instrumento un cuestionario tipo Likert con un total de 9 preguntas. Los resultados más destacados fueron: el 35% de los participantes tenía entre 35 y 44 años de edad, el 28% llevaba de 12 a 17 años de servicio, el 63% siempre se siente satisfecho con sus funciones y responsabilidades, el 51% se siente satisfecho con la distribución de tareas, el 69% recibe apoyo de sus jefes inmediatos, el 80% recibe apoyo de sus compañeros, y el 85% considera que su trabajo es emocionalmente agotador, siendo el estrés la exigencia psicológica más común según 47%. Además, el 66% indicó que su trabajo es físicamente desgastador. Se concluye que, para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores, es crucial implementar buenas prácticas laborales que mitiguen los efectos de la carga laboral, favoreciendo tanto el bienestar del personal como el desarrollo institucional.

Variable 2: Atención al cliente

Dada la falta de estudios específicos centrados en la variable de atención al cliente en el rubro de la investigación, se ha optado por utilizar investigaciones que abordan aspectos generales del de atención o servicio al cliente en rubros relacionados al sector de servicio. Estas investigaciones, que también evalúan a los clientes, proporcionan un marco teórico relevante y aplicable, ofreciendo una base sólida para el estudio de la variable en cuestión.

Ibañez y Vargas (2020) en su tesis para optar por el título de Ingeniería Industrial en la Facultad de Ingeniería de la Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá, Titulado: *Desarrollo de un modelo para la mejora continua en la calidad de los servicios de atención*

al cliente de los cinemas de Cine Colombia en Bogotá, 2020. Tuvo como objetivo general: Desarrollar un modelo para mejorar la calidad del servicio de atención al cliente en los cinemas de Cine Colombia, sector de servicios, 2020. La investigación fue de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental y correlacional. La población y muestra estuvo compuesta por 100 espectadores/clientes, seleccionados mediante un muestreo probabilístico. Se utilizó la técnica de encuesta, aplicando un cuestionario tipo Likert con un total de 20 preguntas, creado específicamente para el estudio. Los resultados más destacados fueron los siguientes: El 68% de los clientes consideró que el ambiente en las salas de cine era agradable, mientras que el 62% estuvo de acuerdo en que las instalaciones eran limpias y bien mantenidas. El 74% expresó satisfacción con la claridad de la señalización dentro del cine, y el 70% valoró positivamente la disposición del personal para ayudar. En cuanto a la rapidez en la atención en taquilla, el 58% estuvo de acuerdo con la eficiencia del servicio, mientras que el 65% encontró satisfactorio el tiempo de espera para el servicio de confitería. Sin embargo, solo el 53% se mostró conforme con la calidad del sonido en las salas, y el 61% estuvo de acuerdo con la calidad de la imagen proyectada. Respecto a la disponibilidad de entradas, el 69% consideró que siempre había boletos disponibles para su película preferida. El 66% de los encuestados señaló que los precios eran razonables en relación con la calidad del servicio recibido, y el 71% consideró que los horarios de las películas eran convenientes. El 59% estuvo de acuerdo en que la comunicación sobre promociones y descuentos era clara, y el 64% valoró positivamente la facilidad de compra de entradas en línea. Además, el 72% indicó que la seguridad dentro del cine era adecuada, mientras que el 60% estuvo de acuerdo con la comodidad de los asientos. El 67% valoró positivamente la empatía del personal en situaciones de quejas, y el 63% consideró que las políticas de devolución de entradas eran justas. Sin embargo, el 57% de los encuestados no estuvo satisfecho con la variedad de alimentos y bebidas disponibles. Por último, el 70% de los clientes consideró que la experiencia general fue satisfactoria, y el 68% indicó que recomendaría Cine Colombia a sus amigos y familiares. Se concluye que, aunque la mayoría de las dimensiones evaluadas obtuvieron puntuaciones positivas, se identificaron áreas de mejora, especialmente en la calidad de sonido e imagen, así como en la variedad de alimentos y bebidas. Se plantearon propuestas de mejora específicas para cada dimensión y se desarrolló un modelo de acción basado en el modelo Servqual, orientado a fortalecer la atención al cliente y mejorar la competitividad de la empresa en el sector de servicios.

Ugalde (2020) en su tesis para obtener grado académico de licenciada de Administración de empresas en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Titulado: *Atención al Cliente en la microempresa 'El Baratazo', en la Provincia de Esmeraldas, 2020*. Tuvo como objetivo general: Analizar el proceso de atención al cliente en la microempresa El Baratazo en la Provincia de Esmeraldas, 2020. La investigación fue de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo y un diseño transversal – no experimental. La población estuvo compuesta por los clientes de la microempresa en estudio, y la muestra incluyó a 200 clientes seleccionados mediante un muestreo probabilístico. Se utilizó la técnica de la encuesta, aplicando un cuestionario de 14 preguntas en escala Likert. Los resultados más destacados fueron: el 53.5% de los clientes expresó estar muy de acuerdo con la confiabilidad que transmite el personal de la empresa, mientras que el 39.0% indicó que son atendidos con cortesía. El 46.0% de los encuestados señaló estar muy de acuerdo con la imagen general de la empresa, y el 39.0% expresó satisfacción con la atención personalizada que se les brinda. Además, el 47.0% se mostró muy de acuerdo con la deferencia demostrada por la empresa, y el 61.0% manifestó conformidad con la confiabilidad que perciben de los empleados. Un 77.0% de los clientes tiene expectativas altas respecto al nivel de conocimiento que deberían tener los empleados, mientras que el 54.5% espera mejoras en la apariencia de los colaboradores. El 64.5% tiene grandes expectativas sobre la empatía del personal, y el 71.0% espera una alta capacidad de respuesta por parte del equipo. El 46.0% afirmó que la empresa cumple con sus necesidades, y el 60.5% se mostró muy de acuerdo con la calidad de los productos ofrecidos. No obstante, solo el 42.0% afirmó estar muy de acuerdo con la atención recibida, y un 49.5% no mostró interés en recomendar la microempresa a otros. Se concluye que, la microempresa El Baratazo no cumple con las expectativas de la mayoría de sus clientes, principalmente debido al bajo nivel de cortesía del personal y a la falta de conocimientos sobre los productos que ofrecen. Aunque algunos clientes califican de aceptable la relación con los trabajadores, desean una atención más personalizada, con empleados mejor capacitados y correctamente vestidos, lo cual contribuiría a mejorar la percepción general del servicio de atención al cliente en la microempresa.

Reyna (2022) en su tesis para obtener grado académico de licenciada de Administración de empresas la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Titulada: *La Atención al Cliente en el 'Restaurante D' Fernando' del complejo Las Palmas, Ciudad Esmeraldas, 2022*. Tuvo como objetivo general: Evaluar la calidad de la atención al cliente en dicho restaurante, ubicado en el malecón Las Palmas, Ciudad Esmeraldas, 2022. La

investigación fue de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental. La población estuvo constituida por los clientes del restaurante, de los cuales se seleccionó una muestra de 380 personas mediante un muestreo no probabilístico. Para la recolección de datos, se utilizó la técnica de la encuesta, aplicando como instrumento un cuestionario de 10 preguntas en escala Likert. Entre los resultados obtenidos, se destaca que el 79% de los clientes afirmó que pueden identificar a los trabajadores por su uniforme, mientras que el 89% consideró que el personal mantiene un aspecto adecuado durante sus labores. El 74% de los encuestados expresó estar satisfecho con la atención recibida al llegar al restaurante, y un 86% manifestó que la atención es oportuna al consultar sobre el menú. Además, el 45% valoró positivamente la rapidez con la que se atienden sus pedidos. Un 97% de los clientes se mostró complacido por el trato recibido al ingresar al restaurante, y el 68% percibió disponibilidad y disposición por parte del personal al solicitar ayuda. Asimismo, el 92% consideró que el nivel de comunicación del personal es efectivo, el 53% mencionó que el establecimiento se interesa por saber si la atención brindada fue la esperada, y un 97% indicó que los empleados muestran interés en asegurar que los clientes deseen volver al restaurante. Se concluye que, el Restaurante D' Fernando es bien valorado por sus clientes, debido a que el personal no solo se presenta de manera adecuada y profesional, sino que también se esfuerza por cumplir con las expectativas de una atención de calidad. Además, la disposición del personal para mantener una comunicación efectiva con los clientes refuerza su interés en que los comensales regresen, lo que contribuye a la percepción positiva del servicio de atención al cliente en el establecimiento.

Antecedentes nacionales

Variable 1: Desempeño laboral

Dada la falta de estudios específicos centrados en la variable de desempeño laboral en el rubro de la investigación, se ha optado por utilizar investigaciones que abordan aspectos generales del desempeño laboral en rubros relacionados al sector de servicio.

Villavicencio (2022) en su tesis para optar al título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulado. *Propuesta de Mejora en la Motivación del Personal y su Desempeño Laboral en la Empresa Servicios Múltiples E Cesca's E.I.R.L, Distrito Chimbote, 2022*. El objetivo general fue: Establecer una propuesta para mejorar la motivación del personal y su desempeño laboral en

la Empresa Servicios Múltiples E Cescar's E.I.R.L, Distrito Chimbote, 2022. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, con un diseño no experimental y transversal. La población y muestra estuvo conformada por los 7 trabajadores. Se utilizó la técnica de la encuesta, como instrumento se aplicó un cuestionario de 25 preguntas en escala de Likert, utilizando la técnica de la encuesta. Los resultados principales fueron los siguientes: el 71.43% de los trabajadores siempre aspira a otros cargos dentro de la empresa; el 85.71% manifestó que sus superiores suelen asignarle mayores responsabilidades; el 71.43% indicó que siempre se les asignan retrabajos adicionales para el crecimiento de la empresa; el 42.86% consideró que a veces toman en cuenta sus opiniones; el 57.14% mencionó que a veces reciben capacitaciones de sus superiores; el 71.43% afirmó que los cursos de capacitación les permiten hacer mejor su trabajo; el 71.43% sostuvo que a veces mantiene una comunicación fluida con su superior; el 42.86% expresó que a veces recibe incentivos por la venta de productos intangibles; el 100% señaló que a veces reconocen su desempeño por alcanzar las metas; el 71.43% indicó que a veces reconocen sus horas extras; el 71.43% señaló que a veces tiene oportunidades de ascensos; el 57.14% mencionó que rara vez su superior lo incentiva a postular a un nuevo cargo; el 57.14% consideró que casi siempre los productos ofrecidos satisfacen las necesidades del cliente; el 85.71% expresó que siempre el trato con los clientes es cortés; el 100% indicó que siempre explican detalladamente los productos ofrecidos al cliente; el 42.86% afirmó que rara vez el cumplimiento de la meta responde a la remuneración obtenida; el 71.43% señaló que a veces reciben bonificación adicional cuando alcanzan sus metas; el 71.43% mencionó que casi siempre existe un ambiente de colaboración en la empresa; el 100% expresó que a veces ayudan al resto de colaboradores a resolver los problemas; el 71.43% consideró que casi siempre tiene buena relación con sus compañeros de trabajo; el 71.43% mencionó que a veces le gusta cooperar cuando se requiere trabajo en equipo; el 71.43% afirmó que rara vez busca llevar a la práctica sus ideas; el 100% indicó que nunca se recompensan las mejores y nuevas ideas; el 100% sostuvo que nunca poseen un ambiente propicio para generar ideas; y el 71.43% expresó que siempre utiliza su creatividad para resolver problemas cotidianos. Se concluye que, en la empresa Servicios Múltiples E Cescar's E.I.R.L., los trabajadores muestran signos de desmotivación debido a la falta de reconocimiento y oportunidades de desarrollo, lo que impacta negativamente en su desempeño laboral.

Fernández (2022) presentó una tesis para optar al título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulada:

Importancia del Feedback para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores en la empresa constructora Inversiones Dfer E.I.R.L en Pichanaki, 2022. El objetivo general de la investigación fue: Determinar la importancia del feedback para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores en la empresa constructora Inversiones Dfer E.I.R.L en Pichanaki, 2022. La investigación fue de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental. La población y muestra estuvo conformada por 8 trabajadores, y se utilizó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario de 14 preguntas en escala Likert. Los resultados más altos del cuestionario indicaron que el 62.5% de los trabajadores estuvo en desacuerdo con la afirmación de que existe respaldo y soporte de parte de los trabajadores hacia el jefe inmediato. El 62.5% también manifestó estar totalmente en desacuerdo con que la información brindada por los jefes sobre roles y responsabilidades sea clara y oportuna. En cuanto a la realización de evaluaciones de desempeño, el 62.5% de los trabajadores estuvo en desacuerdo con esta práctica en la organización. Además, el 50% de los trabajadores indicó estar totalmente en desacuerdo con el uso de herramientas de feedback para ayudar a lograr los objetivos de la empresa. Por otro lado, el 50% de los trabajadores expresó estar de acuerdo con la confianza y respaldo hacia el jefe inmediato. En cuanto al feedback negativo, el 37.5% de los trabajadores estuvo en desacuerdo con la afirmación de que el jefe considera que la retroalimentación genera conflictos de ideas contrarias, mientras que el 37.5% también estuvo en desacuerdo con la afirmación de que las metas formuladas por la organización son alcanzables. Respecto al desempeño laboral, el 50% de los trabajadores estuvo de acuerdo en que cumplen con sus roles y responsabilidades dentro de la organización. Sin embargo, el 50% también manifestó estar totalmente en desacuerdo con el reconocimiento del trabajo de los colaboradores por parte de la empresa. El 62.5% de los trabajadores estuvo de acuerdo con participar proactivamente en las reuniones, mientras que el 50% señaló estar totalmente en desacuerdo con la afirmación de trabajar correctamente bajo presión. Finalmente, el 37.5% de los trabajadores expresó estar totalmente en desacuerdo con que logran las metas propuestas por la empresa. Además, el 37.5% estuvo en desacuerdo con la evaluación del desempeño laboral del colaborador y el 37.5% también mostró desacuerdo con la fidelización del trabajador con la organización. Se concluye que, en la empresa Constructora Dfer E.I.R.L debe implementar herramientas de retroalimentación, capacitación, incentivos y reconocimiento del trabajo, para mejorar el desempeño laboral y contribuir al logro de los objetivos organizacionales, ya que hay muchos trabajadores inconformes con varios aspectos que aplica la empresa.

Lapa (2023) presentó una tesis para optar al título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulada: *Capacitación para la mejora del desempeño laboral de la Empresa Inversiones Medina Constructora y Consultora S.A.C., Distrito Jesús Nazareno – Ayacucho, 2023*. El objetivo general fue: Identificar las características de la capacitación para la mejora del desempeño laboral de la Empresa Inversiones Medina Constructora y Consultora S.A.C., Distrito Jesús Nazareno – Ayacucho, 2023. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, con un diseño no experimental y transversal. La población y muestra estuvo conformada por 110 trabajadores, se utilizó la técnica de la encuesta y se aplicó un cuestionario de 16 preguntas en escala Likert. Los resultados más significativos fueron: el 43.64% de los trabajadores señaló que a veces muestran iniciativa en las labores que desempeñan; el 61.82% afirmó que siempre se practica la honestidad en las labores diarias; el 55.45% indicó que casi siempre conocen muy bien las funciones exactas que van a realizar en su área de trabajo; el 53.64% manifestó que casi siempre reciben oportunidades para el desarrollo profesional en su área de trabajo; el 33.64% afirmó que casi siempre se sienten comprometidos con lograr los objetivos de la empresa; el 65.45% manifestó que casi siempre aportan con nuevas ideas para solucionar problemas que se presentan en la empresa; el 56.36% indicó que casi siempre se adaptan a los cambios de la empresa; el 64.55% manifestó que casi nunca tienen facilidad para comunicarse con sus compañeros de trabajo; el 68.18% señaló que siempre conocen las normas del reglamento interno de la empresa; el 58.18% afirmó que siempre tratan amablemente a los clientes que acuden a la empresa; el 83.64% indicó que a veces se sienten identificados con la cultura empresarial que se practica; el 36.36% sostuvo que a veces se sienten comprometidos para lograr los objetivos de la empresa; el 43.64% de los trabajadores afirmó que casi nunca se sienten satisfechos con las funciones que realizan; el 89.09% indicó que casi nunca tienen capacidad para trabajar con equipos multidisciplinarios; el 46.36% señaló que casi nunca tienen conocimiento sobre los estándares de atención al cliente; y el 79.09% afirmó que a veces desarrollan sus actividades con actitud positiva. Se concluye que, en la Empresa Inversiones Medina Constructora y Consultora S.A.C. la capacitación es fundamental para el desarrollo eficiente y eficaz de los colaboradores, mejorando su desempeño en la empresa, así como contribuyendo al logro de los objetivos organizacionales.

Variable 2: Atención al cliente

Dada la falta de estudios específicos centrados en la variable de atención al cliente en el rubro de la investigación, se ha optado por utilizar investigaciones que abordan aspectos generales del de atención o servicio al cliente en rubros relacionados al sector de servicio.

Condori (2021) en su tesis para optar por el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulada: *Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores: Caso Grupo Loayza, Distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2021*. El objetivo general de la investigación fue: Describir las características de la atención al cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores: Caso Grupo Loayza, Distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2021. La metodología empleada fue de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental. La población y muestra del estudio estuvo compuesta por 12 clientes de la empresa Grupo Loayza, y se utilizó como técnica de recolección de datos la encuesta, mediante un cuestionario de 12 preguntas en escala Likert. Los resultados más destacados fueron los siguientes: El 41.7% de los clientes indicaron que han sido clientes por menos de un año, lo que podría sugerir un crecimiento reciente o alta rotación de clientes. El 100% de los encuestados afirmó que la empresa pertenece al sector de servicios, confirmando su especialización en esta área. En cuanto a la percepción del interés de los trabajadores en solucionar problemas, el 75% de los clientes señalaron que los trabajadores nunca muestran interés en resolver sus problemas, reflejando una fuerte percepción negativa sobre la atención al cliente. El 66.7% mencionó que a veces sienten confianza en los trabajadores, mostrando una percepción mixta en este aspecto. Además, el 75% de los encuestados indicaron que la empresa nunca soluciona sus problemas de manera rápida, evidenciando una insatisfacción significativa con la eficacia en la resolución de problemas. En términos de cortesía, el 83.3% de los clientes afirmaron que los trabajadores a veces atienden de manera cortés. La comunicación con la empresa fue percibida como fluida por el 50% de los encuestados, mientras que el 83.3% consideró que la comunicación es siempre oportuna. El 50% mencionó que siempre han sido contactados por la empresa a través de redes sociales. Respecto a la calidad del servicio recibido, el 66.7% de los clientes opinó que a veces la calidad es adecuada, indicando una percepción inconsistente. La satisfacción general con la empresa también fue mixta, con el 66.7% de los

encuestados mencionando que a veces están satisfechos. Finalmente, el 41.7% de los clientes ha sido leal a la empresa por menos de un año, lo que podría reflejar una alta rotación o capacidad para atraer nuevos clientes. Se concluye que, en el estudio no se lograron identificar características satisfactorias en la atención al cliente de la empresa Grupo Loayza, ya que la mayoría de los encuestados reconocen que la empresa no brinda una atención adecuada, también mencionar que la comunicación y la empatía en la atención al cliente son aspectos clave que requieren mejoras significativas para satisfacer mejor a los clientes y elevar la calidad del servicio proporcionado.

Tito (2021) en su tesis para optar por el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulada: *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 del estudio fue: Elaborar una propuesta de mejora de la atención al cliente como un factor relevante para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del Sector Servicio Rubro Pollería, Caso: D´Ladys, Distrito y Provincia de Huancané, 2021. La investigación fue de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo, y un diseño no experimental. La población y muestra del estudio consistió en 381 clientes de la pollería D´Ladys. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, utilizando un cuestionario tipo Likert con un total de 24 preguntas. Los resultados más destacados de la encuesta revelaron varios puntos críticos en la atención al cliente en la pollería D´Ladys; el 33.3% de los clientes expresó desacuerdo con la afirmación de que el personal está comprometido con la buena atención al cliente. Asimismo, el 40.4% de los clientes mostró insatisfacción con la calidad del servicio al momento de terminar su consumo. En términos de presentación, el 42.1% consideró que la presentación inicial del personal no cumple con las expectativas. La información proporcionada sobre los productos también fue cuestionada, con un 35.6% indicando que no es clara. Además, el 38.5% de los clientes percibió que el proceso de cierre y despedida no es adecuado. En cuanto a la percepción del liderazgo del personal, el 31.2% de los clientes no lo consideraron satisfactorio. El 37.4% opinó que el personal no muestra un alto nivel de compromiso con los clientes, y el 36.1% encontró que la atención no sigue un proceso eficiente. La falta de mejora continua en el servicio fue mencionada por el 39.7% de los clientes, mientras que el 34.5% indicó una deficiencia en la gestión de relaciones con los clientes. El 40.3% de los encuestados señaló que el personal no está suficientemente capacitado, y el 37.1% consideró que la presentación

del personal no es siempre profesional. Además, el 33.8% opinó que no reciben una atención personalizada adecuada. En cuanto a la resolución de problemas, el 42.5% de los clientes consideró que no es eficiente, y el 36.9% manifestó que el tiempo de espera para ser atendido es excesivo. El trato cordial del personal fue percibido como insuficiente por el 39.2% de los clientes, mientras que el 35.9% consideró que el personal no tiene suficiente conocimiento sobre los productos. El trato hacia los clientes fue considerado no siempre cordial por el 34.7%, y la eficiencia del servicio fue vista como baja por el 41.0%. Además, el 37.8% de los clientes no estaban completamente satisfechos con el servicio general. La comunicación con el cliente fue señalada como poco clara por el 38.3% de los encuestados, y el 35.2% expresó insatisfacción con la calidad de los productos ofrecidos. El ambiente del local fue considerado no acogedor por el 39.5%, y el 36.7% de los clientes indicaron que no perciben un buen valor por el dinero gastado. Se concluye que, para mejorar la calidad del servicio en la pollería D'Ladys, es crucial centrarse en el desarrollo del personal, mejorar los procesos de atención al cliente, y realizar un esfuerzo continuo en la capacitación del personal y en la implementación de estrategias de gestión de calidad. Las áreas clave para mejorar incluyen la presentación del personal, la comunicación clara, la eficiencia en el servicio, y la satisfacción general del cliente.

Romero (2022) en su tesis para optar por el título de Licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulada: *La Calidad de Servicio para Mejorar la Atención al Cliente en la Empresa Constructora Conorth SAC, Sullana, 2022*. El objetivo general del estudio fue: Determinar las principales características de la calidad de servicio que contribuyen a mejorar la atención al cliente en la Empresa Constructora Conorth SAC, Sullana, 2022. La metodología empleada fue de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental. La población y muestra estuvo compuesta por 68 clientes. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, utilizando un cuestionario de escala Likert con un total de 30 preguntas. Los resultados más relevantes incluyen que el 57.35% de los clientes consideran que la calidad del servicio es buena y sienten lealtad hacia la empresa. El 63.94% de los encuestados está siempre satisfecho con la culminación de sus construcciones y recomendaría la empresa. En cuanto a la realización de promociones, el 36.76% indicó que la empresa siempre realiza promociones. El 55.88% de los clientes considera que la empresa siempre presta un buen servicio, mientras que el 44.12% afirmó que la empresa siempre concluye los servicios contratados. Además, el 36.76% expresó que la empresa mantiene registros casi siempre sin

errores, y el 52.94% percibe siempre un buen comportamiento por parte de los empleados. El 47.06% se siente siempre seguro en las instalaciones, y el 67.65% destacó la amabilidad constante de los empleados. El 50% de los clientes señala que siempre reciben respuestas adecuadas, y el 48.53% considera que la comunicación con ellos es siempre efectiva. El 51.47% valoró que la empresa siempre presta sus servicios de manera oportuna, y el 55.88% indicó que los empleados están siempre dispuestos a ayudar. Un 35.29% percibe que los empleados a veces están demasiado ocupados, mientras que el 44.12% recibe una atención individualizada. El 45.59% consideró que la empresa siempre tiene horarios de atención flexibles y el 57.35% opinó que comprende bien las necesidades del cliente. El 50% de los clientes manifestó que la empresa siempre cuenta con equipos modernos, y el 52.94% destacó la adecuación de las instalaciones físicas. Además, el 48.53% percibió una apariencia pulcra en los empleados, y el 60.29% observó que siempre usan un uniforme identificativo. El 50% consideró que los materiales de la empresa son visualmente atractivos, y el 58.82% vio el incremento de clientes como beneficioso para la empresa. El 52.94% señaló que la empresa practica cuidados ambientales, y el 54.41% indicó satisfacción con los servicios. El 57.35% consideró que el servicio siempre es de alta calidad, y el 54.41% se sintió siempre seguro con la constructora. Finalmente, el 55.88% confía en la empresa y el 58.82% consideró la realización del servicio como siempre confiable. El 51.47% opinó que la empresa utiliza maquinaria de calidad. Se concluye que, la empresa constructora Conorth SAC cumple con las principales dimensiones de calidad del servicio, incluyendo amabilidad, comunicación, y puntualidad. Estos aspectos son fundamentales para mejorar la atención al cliente y asegurar una mayor satisfacción y lealtad de los clientes.

Antecedentes regionales y locales

Variable 1: Desempeño laboral

Dada la falta de estudios específicos centrados en la variable de desempeño laboral en el rubro de la investigación, se ha optado por utilizar investigaciones que abordan aspectos generales del desempeño laboral en rubros relacionados al sector de servicio.

Flores (2022) en su tesis para optar por el título de Licenciada en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulada: *La Motivación para Mejorar el Desempeño Laboral de los Colaboradores de la Empresa Transporte y Comercio Flores S.R.L., en la Provincia de Huari, 2022*. El objetivo general del estudio fue:

Determinar las características de la motivación para mejorar el desempeño laboral de los Colaboradores de la Empresa Transporte y Comercio Flores S.R.L., en la Provincia de Huari, 2022. La investigación se realizó con un enfoque cuantitativo, descriptivo, y un diseño no experimental. La población y muestra consistió en 7 colaboradores de la empresa. Se aplicó la técnica de encuesta, con un cuestionario tipo Likert de 14 preguntas. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: El 42.86% de los colaboradores indicaron que a veces pueden tomar decisiones sin consultar a su jefe, reflejando una limitada autonomía en sus funciones. En cuanto al reconocimiento, el 42.86% expresaron que casi nunca reciben reconocimiento por sus logros, lo que sugiere una falta de valorización de sus esfuerzos. Además, el 71.43% de los colaboradores señalaron que nunca perciben bonos por alcanzar los objetivos, lo que podría desincentivar la motivación. En términos de remuneración, el 42.86% mencionaron que solo a veces reciben una remuneración acorde al mercado laboral, indicando una desalineación con las expectativas del mercado. Respecto al cumplimiento de actividades, el 57.14% indicaron que casi nunca cumplen con las tareas en el momento oportuno, lo que afecta la eficiencia operativa. En cuanto a la disposición para ayudar, el 42.86% señalaron que solo a veces están dispuestos a colaborar con sus compañeros, sugiriendo un nivel variable de colaboración. El 42.86% indicaron que casi nunca coordinan y trabajan en grupo para cumplir con los objetivos, lo que podría limitar la efectividad del equipo. Además, el 42.86% de los colaboradores mencionaron que la falta de recompensas o reconocimiento afecta negativamente su motivación y desempeño laboral. El 57.14% expresaron que rara vez reciben retroalimentación positiva sobre su desempeño, un aspecto crucial para el desarrollo profesional. Respecto a las oportunidades de desarrollo, el 42.86% señalaron que tienen pocas oportunidades para su desarrollo profesional dentro de la empresa, lo que podría afectar su motivación. El 71.43% consideraron que la distribución de tareas no es equitativa, generando descontento y desmotivación. Además, el 42.86% afirmaron que el esfuerzo adicional no es reconocido ni recompensado, contribuyendo a una baja moral. El 57.14% indicaron que casi nunca reciben incentivos adicionales por su rendimiento, lo cual podría influir en su nivel de compromiso. Finalmente, el 42.86% consideraron que el ambiente laboral no fomenta adecuadamente la motivación, lo que afecta negativamente su desempeño general. Se concluye que, la falta de reconocimiento y recompensas, junto con la falta de oportunidades de desarrollo y una remuneración desalineada con el mercado, contribuyen a una baja motivación entre los colaboradores de Transporte y Comercio Flores S.R.L., resultando en un desempeño laboral deficiente. Se

recomienda implementar estrategias para mejorar el reconocimiento, la recompensa y el desarrollo profesional de los empleados.

Jamanca (2023) en su tesis para optar por el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulada: *Gestión de calidad para mejorar el desempeño laboral en la empresa de Transportes Turismo Gian Oscar, provincia de Huaraz 2023*. Tuvo como objetivo: Determinar una propuesta de gestión de calidad para la mejora del desempeño laboral en la empresa de Transportes Turismo Gian Oscar, provincia de Huaraz 2023. La investigación fue de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental-transversal. La población y muestra incluyó a 25 trabajadores de la empresa, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario con 24 preguntas en escala Likert. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: El 52% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que los trabajadores aplican su experiencia laboral para resolver problemas repentinos. El 60% está de acuerdo en que los empleados conocen ampliamente el proceso de su cargo, y el 56% indica que demuestran dominio de sus funciones y ejercen su profesión con eficacia y afán de superación. Además, el 60% de los encuestados está totalmente de acuerdo en que cumplen responsablemente con las tareas asignadas y tienen la capacidad de tomar decisiones. El 68% también está totalmente de acuerdo en identificar competencias y limitaciones en su desempeño laboral. En cuanto a la gestión de calidad, el 64% de los trabajadores considera que la empresa fomenta una cultura de mejora continua, mientras que el 72% opina que las prácticas de control de calidad se aplican consistentemente. El 56% señala que los procesos internos están claramente definidos y documentados. El 48% está de acuerdo en que se realizan auditorías internas regularmente. El 60% menciona que existe un adecuado seguimiento de las quejas y sugerencias del cliente. El 68% opina que se ofrecen oportunidades adecuadas para el desarrollo profesional de los empleados. El 44% está de acuerdo en que se efectúan capacitaciones periódicas. El 52% considera que la empresa proporciona herramientas y recursos adecuados para realizar el trabajo. El 72% está de acuerdo en que se fomenta la comunicación efectiva entre los miembros del equipo. El 56% cree que el liderazgo es efectivo y apoya a los trabajadores en la consecución de sus metas. El 60% está de acuerdo en que se promueve un ambiente de trabajo seguro y saludable. El 48% opina que la empresa implementa buenas prácticas en la gestión de riesgos. El 68% considera que el rendimiento laboral es evaluado de manera justa y objetiva. El 44% de los encuestados considera que se establece una clara alineación entre los objetivos personales y

los de la empresa. El 52% opina que existe un equilibrio adecuado entre el trabajo y la vida personal. El 64% está de acuerdo en que se realiza una planificación efectiva de los recursos. El 60% señala que los procedimientos de trabajo están estandarizados. El 68% considera que se incentiva el trabajo en equipo y la colaboración. El 56% está de acuerdo en que la empresa tiene un enfoque proactivo hacia la mejora continua de procesos. Se concluye que, los resultados del estudio reflejan una percepción positiva sobre la gestión de calidad en la empresa, destacando la responsabilidad y satisfacción del cliente; el desempeño laboral muestra habilidades sólidas en resolución de problemas y conocimiento del proceso, aunque se identifican oportunidades para mejorar la formación educativa y la diversidad en el equipo laboral para optimizar la eficacia y el crecimiento profesional.

Espinoza (2022) en su tesis para optar por el título profesional de Licenciada en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote. Titulada: *Capacitación para mejorar el desempeño laboral de la microempresa rubro restaurante: Sabores de Casa en la ciudad de Huaraz, 2022*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la capacitación para mejorar el desempeño laboral de la microempresa rubro restaurante: Sabores de Casa en la ciudad de Huaraz, 2022. La investigación fue de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental y corte transversal. La población y muestra del estudio tuvo en total 9 trabajadores del restaurante Sabores de Casa. Se utilizó como técnica de recolección de datos una encuesta mediante un cuestionario con 16 preguntas en escala Likert. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: El 66.7% de los encuestados indica que siempre se involucra el desarrollo del aprendizaje de los colaboradores. El 67.7% afirma que algunas veces se evalúa la eficacia de las actividades de capacitación. El 44.4% menciona que siempre se asignan valores personales a los colaboradores en el contexto de la capacitación. Además, el 55.6% considera que algunas veces se identifican las necesidades de capacitación de los trabajadores. El 66.7% señala que siempre se diseñan actividades de capacitación de acuerdo con las necesidades identificadas. El 55.6% opina que algunas veces se efectúa un seguimiento adecuado después de las sesiones de capacitación. El 66.7% menciona que siempre se promueve la participación activa de los trabajadores en las capacitaciones. El 55.6% considera que algunas veces se incorporan ejemplos prácticos relevantes en las capacitaciones. El 77.8% opina que siempre se utiliza material didáctico adecuado durante las sesiones. El 44.4% indica que algunas veces se realiza una evaluación posterior a la capacitación para medir el impacto. El 66.7% señala que siempre se ofrece retroalimentación a los colaboradores tras las capacitaciones.

El 55.6% menciona que algunas veces se actualizan los contenidos de las capacitaciones en función de las nuevas necesidades del mercado. El 77.8% afirma que siempre se proporcionan oportunidades para que los empleados apliquen lo aprendido en su trabajo diario. El 66.7% indica que algunas veces se fomenta el trabajo en equipo durante las actividades de capacitación. El 55.6% considera que siempre se establecen objetivos claros para cada sesión de capacitación. El 44.4% menciona que algunas veces se reconocen públicamente los logros alcanzados por los empleados a través de la capacitación. Se concluye que, la mayoría de los colaboradores indican que algunas veces, se evalúa la eficacia de las actividades de capacitación para mejorar el desempeño y cumplir los objetivos de la empresa. Se identifican correctamente las necesidades de los trabajadores y se establecen actividades de control de capacitación, aunque la evaluación de la eficacia y el involucramiento del aprendizaje aún presentan oportunidades para mejoras.

Variable 2: Atención al cliente

Dada la falta de estudios específicos centrados en la variable de atención al cliente en el rubro de la investigación, se ha optado por utilizar investigaciones que abordan aspectos generales del de atención o servicio al cliente en rubros relacionados al sector de servicio.

Lino (2021) en su tesis para optar por el título de Licenciada en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulada: *Propuestas de mejora de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso peluquería unisex Elis de la ciudad de Huaraz, 2021*. Tuvo como objetivo general: Establecer propuestas de mejora en los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad en la peluquería unisex Elis de Huaraz, 2021. La investigación fue de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental, transversal. La población y muestra estuvo compuesta por 55 clientes de la peluquería, se utilizó la técnica de encuesta y se aplicó un cuestionario con 10 preguntas con escala Likert. Los resultados destacados de la investigación fueron los siguientes: el 63% de los clientes indicaron que están conformes con el servicio recibido y con la mejora continua en la peluquería. El 36% mencionaron que sienten que sus opiniones y necesidades son escuchadas. Además, el 56% afirmaron que el personal siempre cumple con lo que ofrece, mientras que el 75% de los encuestados señalaron que su retorno a la peluquería es debido al buen servicio que reciben. El 60% de los clientes consideraron que el ambiente en la peluquería contribuye positivamente a su experiencia, y el 65% destacaron que los tiempos

de espera son adecuados. Asimismo, el 55% de los clientes indicaron que la atención recibida es siempre personalizada, mientras que el 70% mencionaron que el personal es siempre profesional en su trato. El 50% de los encuestados afirmaron que la peluquería siempre realiza acciones correctivas cuando se presentan inconvenientes, y el 80% consideraron que la relación calidad-precio es siempre satisfactoria. Finalmente, el 68% de los clientes coincidieron en que recomendarían la peluquería a otras personas. Se concluye que, en el estudio se resalta que la mayoría de los clientes se sienten conformes con la atención recibida en la peluquería unisex Elis, con una percepción positiva en la calidad del servicio y la gestión general. Las propuestas de mejora están orientadas a mantener y optimizar estos estándares de calidad para asegurar una continua satisfacción de los clientes.

Flores (2024) en su tesis para optar por el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulada: *Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de la calidad en la pequeña empresa Restaurante El Doradito a la Leña S.A.C, distrito de Huaraz, 2024*. Tuvo como objetivo general: Establecer una propuesta de mejora en la atención para la gestión de calidad en la pequeña empresa Restaurante El Doradito a la Leña S.A.C, distrito de Huaraz, 2024. La investigación fue de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo y un diseño no experimental y transversal. Se tomó una población y muestra de 30 clientes y 6 trabajadores, y se utilizó la técnica de la encuesta y se aplicó un cuestionario con 31 preguntas, 19 para los clientes y 12 para los trabajadores, en escala Likert. Los resultados obtenidos fueron los siguientes: En cuanto a la atención al cliente, el 40% de los clientes consideran que la infraestructura del restaurante es siempre segura, mientras que un 33.33% la percibe como casi siempre segura. En términos de la percepción de profesionalismo, el 30% de los clientes lo observa siempre en los trabajadores, y el 33.33% lo nota casi siempre. La comunicación adecuada por parte del personal es vista como casi siempre efectiva por el 60% de los clientes. En cuanto al confort durante la atención, un 33.33% de los clientes se siente a gusto casi siempre, y otro 33.33% siempre. La recepción de un cordial saludo al ingresar al local es apreciada siempre por el 33.33% de los clientes y casi siempre por el 30%. El 26.67% de los clientes siente que el personal despide afectuosamente siempre, mientras que el 30% lo siente casi siempre. El 33.33% de los clientes recibe un agradecimiento por su consumo casi siempre, y otro 33.33% siempre. Las disculpas ante incidentes son ofrecidas siempre al 30% de los clientes y casi siempre al 33.33%. La comunicación oportuna durante la atención es percibida como casi siempre efectiva por el 33.33% de los clientes, y a veces por el 36.67%.

En cuanto al manejo adecuado de la comunicación por parte del personal, el 33.33% de los clientes lo considera siempre, y el 30% casi siempre. Finalmente, la comunicación fluida durante la atención es vista como siempre efectiva por el 30% de los clientes. En relación con la gestión de calidad, el 50% del personal afirma que siempre se respetan las políticas de calidad establecidas, y el mismo porcentaje indica que siempre se cumplen los roles y responsabilidades asignados. También el 50% del personal asegura que siempre se atienden los riesgos y oportunidades que se presentan. La planificación de los objetivos de calidad en el restaurante es realizada siempre, según el 50% del personal. El abastecimiento del personal para la atención es considerado casi siempre adecuado por el 50% y siempre adecuado por el 33.33%. Además, el 66.67% del personal señala que existe una comunicación fluida entre los trabajadores siempre. La planificación de las actividades que se desarrollan en el restaurante es realizada siempre por el 50% del personal. La correcta verificación y entrega a tiempo de los productos es confirmada como siempre efectiva por el 66.67% del personal. El desempeño de capacidad del personal es evaluado siempre por el 66.67%, al igual que la evaluación del nivel de satisfacción del cliente. Finalmente, el 66.67% del personal afirma que siempre se cuenta con un protocolo para enfrentar problemas y que la empresa cuenta con una cultura de mejora continua siempre, según el 66.67%. Se concluye que, el Restaurante El Doradito a la Leña S.A.C ofrece un buen servicio a sus clientes, aunque se pueden mejorar ciertos aspectos relacionados con la infraestructura. La organización está cumpliendo adecuadamente con la gestión de calidad y la satisfacción del cliente, destacándose en la evaluación continua de la calidad y el desempeño del personal. Sin embargo, es importante seguir trabajando en la mejora de los aspectos de infraestructura y comunicación para optimizar aún más el servicio y la calidad general.

Granados (2024) en su tesis para optar por el título de Licenciada en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú. Titulada: *Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz*, 2024. Tuvo como objetivo general: Establecer mejoras en el trabajo en equipo para optimizar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024. La investigación fue de tipo cuantitativo, con un nivel descriptivo y de propuesta, y un diseño no experimental de corte transversal. La población y muestra estuvo compuesta por 15 trabajadores y 50 clientes. Se utilizó la técnica de encuesta a quienes se les aplicó un cuestionario con 17 preguntas en total en escala Likert, 8 para los clientes y 9 para los trabajadores. Los resultados fueron los siguientes: Para la variable trabajo en equipo, los

resultados fueron los siguientes: el 56,67% de los trabajadores indicaron que siempre se organizan equipos para realizar un adecuado servicio. El 56,67% también mencionaron que el clima laboral es siempre positivo para el desempeño. Además, el 60% de los trabajadores afirmaron que la coordinación entre miembros del equipo es siempre efectiva. El 53,33% destacaron que la comunicación dentro del equipo es siempre clara y eficiente. El 50% de los trabajadores indicaron que siempre se realizan reuniones periódicas para mejorar la coordinación. El 66,67% señalaron que siempre se cumplen los objetivos del equipo establecidos. El 60% expresaron que la colaboración entre compañeros de trabajo es siempre satisfactoria. El 56,67% consideraron que siempre hay un compromiso activo por parte de todos los miembros del equipo en sus tareas asignadas. Finalmente, el 53,33% indicaron que la retroalimentación entre miembros del equipo es siempre constructiva. En relación con la variable atención al cliente, los resultados obtenidos fueron los siguientes: el 52% de los clientes respondieron que siempre se les informa adecuadamente sobre los servicios ofrecidos. El 60% señalaron que el personal es siempre comunicativo durante el servicio. El 55% de los clientes manifestaron que siempre se les atiende de manera cordial y respetuosa. El 62% destacaron que el tiempo de respuesta a sus solicitudes es siempre adecuado. El 58% indicaron que el personal demuestra siempre profesionalismo en el trato. El 64% consideraron que siempre se les proporciona información clara sobre los itinerarios y servicios. El 66% afirmaron que siempre reciben un seguimiento adecuado post-servicio. Finalmente, el 68% de los clientes manifestaron que siempre están satisfechos con la atención recibida y que la empresa cumple con sus expectativas. Se concluye que, existe una relación significativa entre el trabajo en equipo y la mejora en la atención al cliente. Se concluye que una adecuada organización y coordinación en el trabajo en equipo tiene un impacto positivo en la calidad del servicio ofrecido, permitiendo a la Empresa Turismo Cahuish S.R.L. optimizar la atención al cliente mediante mejoras en complementariedad, coordinación, comunicación, orientación y satisfacción en la organización.

2.2. Bases teóricas

Variable 1: Desempeño laboral

El desempeño laboral se refiere a la capacidad de un trabajador para cumplir con las expectativas y metas establecidas por una organización, involucrando la eficiencia en la ejecución de las tareas asignadas y el cumplimiento de los objetivos organizacionales. Este concepto también incluye aspectos como la calidad del trabajo, la productividad, y la capacidad para adaptarse a los cambios y demandas del entorno laboral (Cuello et al., 2020). Un buen desempeño no solo depende de las habilidades técnicas del trabajador, sino también de su motivación, compromiso y las condiciones que le brinda la organización para desarrollarse en su puesto. Es decir, el desempeño laboral es el resultado de una interacción entre las competencias individuales y el ambiente laboral.

El desempeño laboral es el conjunto de actividades que un empleado realiza dentro de una organización con el propósito de alcanzar los resultados esperados. Este desempeño es evaluado a través de indicadores clave como la eficacia, la eficiencia, la puntualidad, la creatividad y la capacidad de trabajo en equipo (Mori y Bardales, 2020). Por lo que, se relaciona estrechamente con la gestión del talento humano, ya que un buen desempeño depende en gran medida de cómo la organización desarrolla y retiene a sus trabajadores, brindándoles los recursos y el apoyo necesario para mejorar sus capacidades y rendir al máximo de su potencial

El desempeño laboral también está influenciado por el clima organizacional, ya que las condiciones en las que los trabajadores se desenvuelven pueden afectar tanto su productividad como su satisfacción. Un clima organizacional positivo promueve un ambiente de trabajo saludable, con relaciones interpersonales fluidas, comunicación efectiva y apoyo mutuo entre los empleados, lo que facilita un desempeño laboral eficiente (Quinto et al., 2022). Quiere decir que, un clima negativo puede llevar a la desmotivación, conflictos internos y una baja en el rendimiento laboral. Así, el desempeño de los empleados está directamente vinculado con la cultura y el entorno organizacional

Importancia del desempeño laboral

Según Cuello et al. (2020) subrayan que el desempeño laboral es crucial para el éxito y la sostenibilidad de cualquier organización. Este concepto se refiere a cómo los empleados cumplen con sus responsabilidades y tareas asignadas, y cómo su rendimiento contribuye a los objetivos generales de la empresa. Un buen desempeño laboral puede llevar a una mayor productividad, una mejor calidad en el trabajo y una mayor satisfacción del cliente. Además,

impacta directamente en la moral del equipo y en la cultura organizacional. Cuando los empleados demuestran un alto nivel de desempeño, se crean oportunidades para el crecimiento personal y profesional, lo que, a su vez, fortalece el compromiso con la organización.

Por otro lado, Quinto et al. (2022) argumentan que el desempeño laboral también es fundamental para la evaluación y el desarrollo de estrategias de mejora dentro de las empresas. Evaluar regularmente el desempeño de los empleados permite a las organizaciones identificar áreas de éxito y áreas que necesitan atención. Esto proporciona una base sólida para implementar cambios y estrategias de capacitación que puedan elevar los estándares de rendimiento. Además, las evaluaciones de desempeño pueden ayudar a alinear los objetivos individuales con los objetivos estratégicos de la empresa, garantizando que todos los esfuerzos contribuyan de manera efectiva al éxito general de la organización.

Características del buen desempeño laboral

Según Geraldo (2022) destaca que el desempeño laboral se caracteriza por una serie de factores que influyen en la eficacia de un empleado. Entre estas características se encuentran la capacidad de cumplir con los plazos, la calidad del trabajo producido, y la habilidad para trabajar en equipo. La adaptabilidad y la proactividad también son esenciales, ya que los empleados deben ser capaces de ajustarse a cambios y anticiparse a las necesidades del entorno laboral. Estas características no solo determinan el éxito individual de los empleados, sino que también afectan la dinámica del equipo y el rendimiento global de la organización.

También Andrade et al. (2023) complementan esta visión al señalar que el desempeño laboral también está influenciado por factores externos como el ambiente de trabajo y los recursos disponibles. Un entorno laboral positivo, que incluya una comunicación abierta y un apoyo adecuado, puede mejorar significativamente el desempeño de los empleados. Los recursos y herramientas adecuadas permiten a los empleados realizar sus tareas de manera más eficiente y efectiva. Por otro lado, la falta de recursos o un entorno de trabajo negativo puede obstaculizar el desempeño y llevar a una disminución en la calidad del trabajo y en la motivación de los empleados.

Evaluación y mejora del desempeño laboral

Según Cuello et al. (2020) enfatizan que la evaluación del desempeño laboral es un proceso continuo que permite a las organizaciones monitorear y mejorar la eficacia de sus empleados. Las evaluaciones suelen incluir revisiones periódicas que examinan varios

aspectos del desempeño, como la productividad, la calidad del trabajo y las habilidades interpersonales. Este proceso proporciona retroalimentación valiosa tanto para los empleados como para los gestores, y puede ser utilizado para identificar necesidades de capacitación y áreas para el desarrollo profesional. La retroalimentación constructiva y los objetivos claros ayudan a los empleados a mejorar su desempeño y a alcanzar sus metas profesionales.

Asimismo, Quinto et al. (2022) añaden que, además de la evaluación, la implementación de estrategias de mejora continua es esencial para el desarrollo del desempeño laboral. Esto incluye el establecimiento de programas de capacitación y desarrollo profesional que aborden las áreas identificadas como deficientes durante las evaluaciones. La inversión en el desarrollo de los empleados no solo mejora su desempeño individual, sino que también contribuye al crecimiento general de la organización. Además, el reconocimiento y la recompensa por el buen desempeño pueden motivar a los empleados a mantener altos niveles de rendimiento y a contribuir positivamente al ambiente laboral.

Dimensión 1: Condiciones laborales

Las condiciones laborales hacen referencia al conjunto de factores que determinan el entorno en el que un empleado desempeña su trabajo. Estos factores incluyen tanto los elementos físicos como el espacio de trabajo, la seguridad, las herramientas y los equipos, como los aspectos organizativos, tales como la carga de trabajo, el tipo de contrato, los horarios, la estabilidad laboral, y las políticas de la empresa. Las condiciones laborales también influyen en el bienestar del trabajador, ya que un ambiente laboral favorable contribuye a una mayor satisfacción, productividad y salud, mientras que condiciones adversas pueden generar estrés, fatiga y enfermedades laborales (Irving y Palacios, 2021). De este modo, es fundamental que las organizaciones presten atención a las condiciones en las que se desarrolla la actividad laboral para asegurar un rendimiento óptimo.

Por otro lado, las condiciones laborales abarcan todos los elementos que conforman el entorno de trabajo de un empleado, desde los recursos materiales hasta las relaciones interpersonales y la cultura organizacional. Una buena condición laboral no solo se limita a un ambiente físico adecuado, sino que también implica la existencia de una estructura organizativa que promueva el respeto hacia los trabajadores, ofrezca oportunidades de crecimiento y desarrollo profesional, y facilite el equilibrio entre la vida personal y laboral (Mori y Bardales, 2020). Por lo que, las condiciones laborales influyen directamente en la

motivación de los empleados, por lo que son un factor clave en la retención de talento y en la mejora del desempeño general de la organización

Asimismo, las condiciones laborales son un conjunto de características que definen cómo se realiza el trabajo dentro de una organización y que afectan tanto al trabajador como al resultado del trabajo. Estos factores incluyen aspectos como la ergonomía, la jornada laboral, la remuneración, el acceso a descansos adecuados, la formación continua y las oportunidades de promoción. También pueden influir en la calidad de vida de los empleados, ya que unas condiciones laborales favorables permiten a los trabajadores desenvolverse de manera eficaz, minimizando los riesgos de accidentes o problemas de salud (Sierra, 2022). Por lo que, las condiciones laborales deficientes pueden llevar a una alta rotación de personal, bajo rendimiento y conflictos dentro de la empresa, afectando negativamente tanto al empleado como a la organización

Indicador 1: Ambiente laboral

Según Sierra (2022) el ambiente laboral se refiere al entorno físico, emocional y social en el que los empleados realizan sus actividades diarias. Este ambiente incluye aspectos como la disposición de los espacios de trabajo, la calidad de las relaciones interpersonales, y el nivel de apoyo y comunicación dentro del equipo. Un ambiente laboral positivo fomenta la colaboración, la creatividad y la satisfacción entre los empleados, contribuyendo a un mayor compromiso y eficiencia. Por otro lado, un ambiente laboral negativo puede generar estrés, desmotivación y conflictos, afectando adversamente la productividad y el bienestar general de los trabajadores.

De acuerdo con Irving y Palacios (2021) definen el ambiente laboral como el conjunto de condiciones y características que influyen en la experiencia de trabajo de los empleados. Este concepto abarca tanto los elementos físicos, como la ergonomía y el diseño del espacio, como los factores psicológicos y sociales, como la cultura organizacional y el estilo de liderazgo. Un buen ambiente laboral promueve un clima organizacional saludable, en el que los empleados se sienten valorados y respetados, lo que a su vez impacta positivamente en su desempeño y lealtad hacia la empresa. En cambio, un ambiente desfavorable puede llevar a una alta rotación de personal y a problemas de salud mental.

Indicador 2: Recursos y herramientas

Según Geraldo (2022) los recursos y herramientas en el contexto laboral son los medios y equipos necesarios para realizar eficientemente las tareas y responsabilidades de un puesto. Estos incluyen tanto recursos materiales, como computadoras, herramientas y

tecnología, como recursos humanos, como la capacitación y el apoyo del equipo. La adecuada disposición y utilización de estos recursos y herramientas son esenciales para mantener altos niveles de productividad y calidad en el trabajo. La falta de recursos adecuados o herramientas obsoletas puede limitar la capacidad de los empleados para realizar sus tareas de manera efectiva y puede llevar a una disminución en el rendimiento general.

Como afirma Bautista y Cienfuegos (2020) explican que los recursos y herramientas en un entorno laboral comprenden todos los elementos necesarios para llevar a cabo las funciones laborales con eficacia. Esto incluye desde los equipos físicos, como maquinaria y software, hasta los recursos humanos, como el acceso a formación y desarrollo profesional. La disponibilidad y calidad de estos recursos son fundamentales para que los empleados puedan desempeñar sus roles de manera eficiente y alcanzar los objetivos establecidos. La inversión en recursos y herramientas adecuadas no solo mejora el rendimiento de los empleados, sino que también contribuye a la competitividad y éxito general de la organización.

Dimensión 2: Evaluación del desempeño

De acuerdo con Mori y Bardales (2020) definen la evaluación del desempeño como un proceso sistemático mediante el cual las organizaciones miden y valoran la contribución de sus empleados a los objetivos empresariales. La evaluación del desempeño no solo se centra en la medición de las tareas completadas, sino también en cómo se realizan estas, es decir, en la calidad del trabajo y las habilidades interpersonales de los empleados. Este proceso tiene como objetivo identificar áreas de mejora y desarrollo, con el fin de optimizar el rendimiento general de la organización. Además, al proporcionar retroalimentación clara, ayuda a los empleados a entender cómo pueden mejorar su desempeño y a alinearse mejor con las expectativas de la empresa.

Según Sierra (2022) la evaluación del desempeño es una herramienta fundamental para gestionar el talento humano, ya que permite a las empresas obtener una visión clara sobre el rendimiento de sus trabajadores. Este proceso abarca tanto los logros individuales como la forma en que el empleado se adapta al entorno laboral y contribuye a los objetivos colectivos. La evaluación del desempeño también permite a las empresas tomar decisiones informadas en cuanto a promociones, aumentos salariales, o planes de capacitación. De este modo, la evaluación no solo tiene un impacto en el crecimiento del trabajador, sino que

también influye directamente en la eficiencia organizacional al promover una cultura de mejora continua.

Indicador 1: Rendimiento laboral

Como afirma Sierra (2022) define el rendimiento laboral como el grado en que un empleado cumple con las expectativas y metas establecidas por la organización. Este rendimiento se mide a través de indicadores clave como la calidad del trabajo, la eficiencia, y la capacidad para cumplir con los plazos y objetivos. Un alto rendimiento laboral se caracteriza por la capacidad de un empleado para realizar sus tareas con efectividad, superar desafíos y contribuir al éxito general de la empresa. La evaluación del rendimiento laboral ayuda a identificar fortalezas y áreas de mejora, y proporciona la base para tomar decisiones relacionadas con promociones, aumentos salariales, y planes de desarrollo.

Según Geraldo (2022) el rendimiento laboral se refiere a la efectividad con la que un empleado lleva a cabo sus responsabilidades y contribuye al logro de los objetivos organizacionales. Este concepto abarca tanto la cantidad como la calidad del trabajo realizado, así como la capacidad del empleado para adaptarse a cambios y desafíos en el entorno laboral. Un rendimiento laboral óptimo se refleja en la productividad, la satisfacción del cliente, y el cumplimiento de metas y objetivos. La gestión y evaluación del rendimiento laboral son cruciales para garantizar que los empleados estén alineados con las expectativas de la empresa y para fomentar una cultura de mejora continua y éxito.

Indicador 2: Capacitación

Según Mori y Bardales (2020) la capacitación se refiere al proceso mediante el cual se proporcionan a los empleados conocimientos, habilidades y competencias adicionales para mejorar su desempeño en el trabajo. Este proceso puede incluir formación técnica, desarrollo de habilidades blandas, y actualización de conocimientos específicos de la industria. La capacitación es esencial para asegurar que los empleados se mantengan al día con las últimas tendencias y tecnologías, y para prepararles para asumir roles más avanzados dentro de la organización. Una adecuada capacitación no solo mejora la eficiencia y productividad de los empleados, sino que también contribuye a su motivación y satisfacción laboral al ofrecerles oportunidades de crecimiento profesional.

De acuerdo con Sierra (2022) la capacitación es el proceso sistemático diseñado para aumentar la capacidad de los empleados mediante el aprendizaje y el desarrollo de nuevas habilidades y conocimientos. Este proceso puede ser formal, como cursos y talleres, o informal, como el aprendizaje en el trabajo. La capacitación no solo mejora las competencias

técnicas y profesionales de los empleados, sino que también ayuda a alinear sus habilidades con las necesidades y objetivos de la empresa. Una buena estrategia de capacitación asegura que los empleados estén bien equipados para enfrentar desafíos y cambios en el entorno laboral, lo que a su vez puede mejorar la calidad del trabajo y la eficiencia operativa.

Dimensión 3: Incentivos laborales

Según indica Cuello et al. (2020) definen los incentivos laborales como mecanismos diseñados para motivar a los empleados y mejorar su rendimiento mediante recompensas que pueden ser tanto tangibles como intangibles. Estos incentivos incluyen bonificaciones monetarias, aumentos salariales, premios y reconocimiento público, entre otros. La finalidad de los incentivos laborales es estimular el compromiso y la productividad del personal, alineando sus esfuerzos con los objetivos de la empresa. Además, al reconocer y premiar el buen desempeño, los incentivos laborales fomentan un ambiente de trabajo positivo y competitivo, donde los empleados se sienten valorados e incentivados a alcanzar sus metas.

Quinto et al. (2022) explican que los incentivos laborales son herramientas estratégicas que las organizaciones utilizan para influir en el comportamiento y las actitudes de los empleados. Estos incentivos pueden adoptar diversas formas, incluyendo beneficios adicionales como días libres, oportunidades de capacitación, y promociones. Al proporcionar estos estímulos, las empresas buscan no solo aumentar la motivación y el rendimiento de sus trabajadores, sino también reducir la rotación de personal y atraer talento de calidad. Los incentivos laborales actúan como una forma de reconocimiento y recompensa por el esfuerzo y la dedicación, ayudando a mantener un alto nivel de satisfacción y lealtad entre los empleados.

Indicador 1: Motivación

Desde la posición de Irving y Palacios (2021) definen la motivación como el conjunto de factores internos y externos que impulsan a los empleados a alcanzar metas y realizar tareas con entusiasmo y dedicación. La motivación puede ser influenciada por diversos aspectos, como el reconocimiento, las recompensas, y la satisfacción personal derivada del trabajo. Un entorno de trabajo que fomente la motivación de los empleados puede aumentar su compromiso y productividad, al proporcionarles incentivos y una clara comprensión de cómo su trabajo contribuye al éxito general de la organización. La motivación es fundamental para el buen desempeño y para mantener un ambiente laboral positivo y productivo.

Según Bautista y Cienfuegos (2020) la motivación se refiere a la fuerza interna o externa que dirige el comportamiento de los empleados hacia el logro de objetivos laborales. Esta fuerza puede estar relacionada con la satisfacción de necesidades básicas, como un salario adecuado y condiciones laborales justas, o con factores más complejos, como el deseo de reconocimiento y desarrollo profesional. La motivación juega un papel crucial en el rendimiento laboral, ya que empleados motivados tienden a ser más productivos, creativos y comprometidos con sus tareas. Las estrategias efectivas de motivación incluyen la implementación de sistemas de recompensa, el fomento de un ambiente de trabajo colaborativo y el ofrecimiento de oportunidades de crecimiento personal y profesional.

Indicador 2: Recompensa

Como indica Geraldo (2022) las recompensas son incentivos proporcionados a los empleados en reconocimiento a su desempeño, esfuerzo y logros en el trabajo. Estas recompensas pueden ser tangibles, como bonificaciones, aumentos salariales y beneficios adicionales, o intangibles, como el reconocimiento público y la apreciación. El propósito de las recompensas es reforzar comportamientos positivos y resultados sobresalientes, motivando a los empleados a continuar esforzándose y alcanzando altos estándares de rendimiento. Un sistema de recompensas bien diseñado puede mejorar la moral de los empleados, fomentar una cultura de excelencia y contribuir al éxito general de la organización.

Según Mori y Bardales (2020) las recompensas se definen como cualquier tipo de reconocimiento o beneficio que una organización ofrece a sus empleados en respuesta a su desempeño y contribuciones. Estas recompensas pueden incluir premios monetarios, promociones, y oportunidades de desarrollo profesional. Las recompensas son una herramienta clave para mantener la motivación y el compromiso de los empleados, ya que demuestran que el esfuerzo y el buen trabajo son valorados y apreciados. Al implementar un sistema de recompensas justo y equitativo, las empresas pueden estimular la productividad, reducir la rotación de personal y fortalecer la relación entre empleados y empleador.

Indicador 3: Reconocimiento

De acuerdo con Mori y Bardales (2020) el reconocimiento laboral es un incentivo clave que impacta directamente en el desempeño de los empleados, y se refiere al acto de destacar y valorar públicamente los logros, habilidades o esfuerzos de los trabajadores. Este tipo de reconocimiento puede ser manifestado a través de elogios verbales, menciones en reuniones o la entrega de certificados de mérito, lo cual refuerza la motivación y compromiso

del empleado hacia la empresa. Al reconocer los esfuerzos de los trabajadores, no solo se les incentiva a mantener su buen desempeño, sino que también se crea un ambiente laboral positivo y colaborativo. Por lo tanto, el reconocimiento como incentivo laboral es una estrategia eficaz para mejorar la productividad, ya que refuerza el sentido de pertenencia y compromiso de los empleados dentro de la organización.

Según Sierra (2022) el reconocimiento no solo tiene un efecto positivo sobre la motivación de los trabajadores, sino que también mejora su bienestar emocional, generando mayor satisfacción y disposición para realizar sus tareas de manera eficiente. Este tipo de reconocimiento puede ser formal o informal, abarcando desde elogios diarios hasta premios o bonos especiales que subrayan el valor del trabajo realizado.

Variable 2: Atención al cliente

Según Sánchez y Navarro (2020) la atención al cliente se refiere al conjunto de actividades y estrategias que una empresa implementa para garantizar una experiencia satisfactoria a sus clientes durante todas las etapas de interacción. Esta atención incluye la asistencia en la resolución de problemas, la orientación sobre productos y servicios, y la gestión de quejas y consultas. La calidad de la atención al cliente es fundamental para construir relaciones sólidas y duraderas con los clientes, ya que una atención efectiva puede aumentar la fidelidad y satisfacción del cliente, mientras que una mala atención puede llevar a la pérdida de negocios y dañar la reputación de la empresa. La atención al cliente efectiva no solo resuelve problemas, sino que también anticipa y responde a las necesidades y expectativas de los clientes, contribuyendo al éxito general de la organización.

De acuerdo con Espinel y Ferie (2020) la atención al cliente es el proceso a través del cual una empresa interactúa con sus clientes para proporcionarles asistencia y resolver sus inquietudes de manera eficiente y amigable. Este proceso incluye la recepción de consultas, el manejo de reclamaciones, y la provisión de información sobre productos y servicios. Una atención al cliente adecuada es clave para mejorar la percepción que los clientes tienen de la empresa y para fomentar una relación positiva y confiable. La calidad de la atención al cliente puede influir significativamente en la satisfacción del cliente y en su disposición para recomendar la empresa a otros, lo que puede tener un impacto positivo en la reputación y el éxito comercial de la empresa.

Según Navarrete (2021) la atención al cliente se define como el conjunto de acciones y estrategias destinadas a brindar soporte y asistencia a los clientes antes, durante y después de la compra de un producto o servicio. Este concepto abarca desde la recepción de consultas

y la resolución de problemas hasta la gestión de reclamaciones y la provisión de información relevante. La atención al cliente de alta calidad se caracteriza por la capacidad de atender las necesidades y expectativas de los clientes de manera eficaz y personalizada, lo que contribuye a la satisfacción y lealtad del cliente. Implementar buenas prácticas en la atención al cliente no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también fortalece la imagen y la competitividad de la empresa en el mercado.

Importancia de la atención al cliente

De acuerdo con Sánchez y Navarro (2020) la atención al cliente es un aspecto crucial para el éxito de cualquier empresa. La calidad del servicio al cliente puede determinar la satisfacción y lealtad de los clientes, lo cual impacta directamente en la reputación y éxito comercial de la empresa. Una atención al cliente efectiva no solo resuelve problemas y responde preguntas, sino que también crea una experiencia positiva que puede fidelizar a los clientes. La atención al cliente bien gestionada contribuye a la creación de una relación sólida entre la empresa y sus clientes, fomentando la repetición de negocios y el boca a boca positivo.

Según Espinel y Ferie (2020) un buen servicio al cliente implica mucho más que simplemente cumplir con las expectativas básicas de los clientes. Se trata de anticipar sus necesidades y superar sus expectativas, lo que requiere un enfoque proactivo y una comprensión profunda de sus deseos y preocupaciones. Las empresas que invierten en capacitar a sus empleados para proporcionar un servicio excepcional a menudo ven una mejora en la satisfacción del cliente y una reducción en la rotación de clientes. Este enfoque no solo mejora la percepción de la marca, sino que también puede conducir a un aumento en las ventas y en la fidelidad del cliente.

Características del servicio de atención al cliente

De acuerdo con Bengoechea (2022) una característica clave del servicio de atención al cliente es la capacidad de resolver problemas de manera eficiente y efectiva. Los clientes valoran la capacidad de recibir respuestas rápidas y soluciones efectivas a sus problemas, lo cual es fundamental para mantener su confianza en la empresa. La rapidez en la resolución de problemas no solo minimiza la frustración del cliente, sino que también demuestra un compromiso con la calidad del servicio. Esta característica es esencial para mantener una buena relación con los clientes y para fomentar una percepción positiva de la empresa.

Según Navarrete (2021) otra característica importante del servicio de atención al cliente es la empatía. Los empleados deben ser capaces de ponerse en el lugar del cliente y

entender sus preocupaciones y necesidades. La empatía ayuda a construir una conexión más profunda con los clientes y a ofrecer un servicio más personalizado. Los clientes que sienten que sus preocupaciones son comprendidas y atendidas de manera respetuosa y comprensiva son más propensos a estar satisfechos con el servicio recibido y a mantener una relación continua con la empresa.

Estrategias para mejorar la atención al cliente

De acuerdo con Espinel y Ferie (2020) una estrategia eficaz para mejorar la atención al cliente es la implementación de sistemas de retroalimentación y encuestas. Estos mecanismos permiten a las empresas recolectar opiniones directas de los clientes sobre su experiencia de servicio. La información obtenida a través de estas encuestas puede ser utilizada para identificar áreas de mejora y ajustar las estrategias de atención al cliente en consecuencia. Además, la retroalimentación directa de los clientes ofrece una perspectiva valiosa sobre lo que está funcionando bien y lo que necesita ser mejorado, lo que contribuye a la optimización continua del servicio.

Según Sánchez y Navarro (2020) otra estrategia clave para mejorar la atención al cliente es la capacitación continua de los empleados. Invertir en la formación de los empleados asegura que estén actualizados con las mejores prácticas y técnicas para ofrecer un servicio de calidad. La capacitación debe incluir habilidades de comunicación, resolución de problemas y manejo de quejas. Empleados bien capacitados no solo proporcionan un servicio más eficiente, sino que también están mejor equipados para manejar situaciones difíciles con profesionalismo, lo que contribuye a una experiencia positiva para el cliente.

Dimensión 1: Empatía con el cliente

Según Sánchez y Navarro (2020) la empatía se refiere a la capacidad de comprender y compartir los sentimientos y perspectivas de otras personas. En el contexto de la atención al cliente, la empatía es crucial para conectar con los clientes y entender sus necesidades y preocupaciones desde su punto de vista. Esto implica escuchar activamente, mostrar comprensión y responder de manera que los clientes se sientan valorados y comprendidos. La empatía no solo mejora la calidad de la interacción, sino que también contribuye a resolver problemas de manera más efectiva y a construir relaciones más fuertes y duraderas con los clientes.

De acuerdo con Espinel y Ferie (2020) la empatía en el ámbito empresarial se define como la habilidad de ponerse en el lugar del cliente y entender sus emociones y reacciones. Esta habilidad es fundamental para proporcionar un servicio de calidad, ya que permite a los

empleados anticipar las necesidades de los clientes y ofrecer soluciones adecuadas. La empatía ayuda a generar una experiencia positiva para el cliente, al hacer que se sienta comprendido y apreciado. Además, una atención empática puede mejorar la satisfacción del cliente y fomentar su lealtad hacia la empresa.

Según Da Silva (2020) la empatía es la capacidad de identificar y compartir los sentimientos y perspectivas de los demás, lo que resulta especialmente importante en la atención al cliente. Esta capacidad permite a los empleados manejar situaciones delicadas con mayor sensibilidad y eficacia. La empatía no solo mejora la comunicación con los clientes, sino que también facilita la resolución de conflictos y el manejo de quejas.

Indicador 1: Interés en solucionar problemas

Según Sánchez y Navarro (2020) el interés en solucionar problemas se define como la disposición y el compromiso de los empleados para abordar y resolver las inquietudes y dificultades que enfrentan los clientes. Este interés implica no solo reconocer el problema, sino también actuar de manera proactiva para encontrar una solución efectiva. Un alto nivel de interés en solucionar problemas asegura que los clientes reciban una respuesta rápida y adecuada a sus necesidades, lo que contribuye a una experiencia positiva y a la fidelidad del cliente. La actitud proactiva de los empleados en la resolución de problemas es esencial para mantener la satisfacción del cliente y fortalecer la relación entre la empresa y sus clientes.

De acuerdo con Espinel y Ferie (2020) el interés en solucionar problemas se manifiesta en la actitud y el esfuerzo que un empleado dedica a resolver las dificultades que enfrentan los clientes. Este interés se refleja en la capacidad de escuchar activamente, entender la naturaleza del problema y ofrecer soluciones adecuadas de manera oportuna. La disposición para solucionar problemas no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también fortalece la imagen de la empresa como un negocio que se preocupa por sus clientes y está dispuesto a hacer lo necesario para satisfacer sus necesidades.

Indicador 2: Confianza

Según Navarrete (2021) la confianza en el contexto de la atención al cliente se refiere a la seguridad y credibilidad que los clientes sienten hacia una empresa o sus empleados. Esta confianza se construye a través de experiencias consistentes y positivas, la transparencia en la comunicación y la capacidad de cumplir con las promesas realizadas. Una alta confianza en la empresa puede llevar a una mayor lealtad y a una recomendación positiva por parte de los clientes, lo que resulta en un impacto positivo en la reputación y el éxito a largo plazo de la empresa.

De acuerdo con Gómez (2023) la confianza es un componente clave en la relación entre la empresa y el cliente, y se basa en la percepción de que la empresa actúa de manera honesta, competente y confiable. La confianza se gana mediante la consistencia en el servicio, la calidad de los productos y la comunicación clara. Cuando los clientes confían en una empresa, están más dispuestos a continuar haciendo negocios y a recomendarla a otros. La confianza también juega un papel crucial en la gestión de expectativas y en la resolución de problemas, ya que los clientes están más dispuestos a aceptar soluciones y a interactuar con la empresa de manera constructiva.

Indicador 3: Tiempo de atención

Según Da Silva (2020) el tiempo de atención se refiere al período que transcurre desde el momento en que un cliente hace una consulta o plantea un problema hasta que recibe una respuesta o solución. Un tiempo de atención rápido es crucial para garantizar la satisfacción del cliente, ya que demuestra eficiencia y respeto por el tiempo del cliente. Un tiempo de respuesta corto no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también ayuda a resolver problemas antes de que se conviertan en quejas mayores, contribuyendo a una relación más positiva entre la empresa y sus clientes.

De acuerdo con Bengoechea (2022) el tiempo de atención es un factor determinante en la percepción del servicio al cliente. Este tiempo incluye todos los intervalos de espera y el tiempo necesario para resolver una consulta o un problema. Un tiempo de atención eficiente es esencial para mantener la satisfacción del cliente, ya que los clientes valoran la rapidez con la que se resuelven sus problemas. Reducción en el tiempo de atención puede resultar en una mayor satisfacción y lealtad del cliente, mientras que tiempos prolongados pueden llevar a frustración y pérdida de confianza en la empresa.

Indicador 4: Cortesía

Según Florez (2021) la cortesía en la atención al cliente se define como el comportamiento respetuoso y amable de los empleados hacia los clientes durante todas las interacciones. La cortesía incluye el uso de un lenguaje educado, la actitud amigable y la disposición para ayudar, independientemente de la situación. Este comportamiento no solo mejora la experiencia del cliente, sino que también contribuye a una atmósfera positiva en la que los clientes se sienten valorados y bien tratados. La cortesía es un aspecto fundamental para establecer y mantener relaciones positivas con los clientes y para construir una buena reputación empresarial.

De acuerdo con Zavala et al. (2021) la cortesía es un elemento esencial en el servicio al cliente que implica tratar a los clientes con respeto, amabilidad y consideración. Este comportamiento abarca desde la forma en que se comunica con los clientes hasta la forma en que se manejan las quejas y las solicitudes. La cortesía ayuda a crear una experiencia de servicio agradable y puede influir significativamente en la percepción general del cliente sobre la empresa. La implementación de prácticas corteses en todas las interacciones contribuye a una mayor satisfacción del cliente y a una mejor imagen corporativa.

Dimensión 2: Comunicación con el cliente

Según Navarrete (2021) la comunicación es el proceso mediante el cual se intercambia información entre dos o más partes a través de diversos canales y medios. En el ámbito de la atención al cliente, una comunicación efectiva es esencial para asegurar que los mensajes sean claros, precisos y comprendidos por todas las partes involucradas. La comunicación incluye tanto la expresión verbal como la no verbal, y su efectividad puede influir en la calidad del servicio proporcionado. Una buena comunicación permite resolver problemas de manera eficiente, responder a consultas de manera adecuada y mejorar la satisfacción general del cliente.

De acuerdo con Gómez (2023) la comunicación en el contexto empresarial se refiere al intercambio de información y mensajes entre la empresa y sus clientes. Este proceso debe ser claro, coherente y oportuno para garantizar que los clientes reciban la información correcta y puedan tomar decisiones informadas. La comunicación efectiva no solo mejora la comprensión de los productos y servicios, sino que también contribuye a la resolución de problemas y la gestión de expectativas. Una comunicación abierta y efectiva es clave para construir relaciones sólidas con los clientes y para mantener una buena reputación empresarial.

Según Bengoechea (2022) la comunicación es el acto de transmitir y recibir mensajes a través de diversos medios, y es fundamental para la interacción exitosa entre la empresa y sus clientes. En la atención al cliente, la comunicación debe ser clara, respetuosa y orientada a resolver problemas. La habilidad para comunicar de manera efectiva incluye escuchar atentamente, proporcionar respuestas precisas y manejar las inquietudes de los clientes de manera profesional. Una comunicación efectiva no solo facilita la resolución de conflictos, sino que también contribuye a una experiencia positiva del cliente, fomentando su satisfacción y lealtad.

Indicador 1: Comunicación fluida

Según Gómez (2023) la comunicación fluida en el contexto de la atención al cliente se refiere a la capacidad de transmitir información de manera clara y continua sin interrupciones ni malentendidos. Una comunicación fluida implica que tanto el cliente como el representante de servicio están en sintonía respecto a los temas discutidos, permitiendo una interacción efectiva y sin barreras. Esta fluidez ayuda a resolver consultas y problemas de manera eficiente, promoviendo una experiencia satisfactoria para el cliente. La fluidez en la comunicación es fundamental para evitar confusiones y garantizar que todas las partes involucradas entiendan completamente los mensajes intercambiados.

Indicador 2: Comunicación oportuna

Según Florez (2021) la comunicación oportuna en el servicio al cliente se define como la entrega de información relevante en el momento adecuado. Esta definición implica que el representante de servicio debe proporcionar respuestas y actualizaciones de manera oportuna para satisfacer las necesidades del cliente en el momento preciso. La comunicación oportuna es crucial para evitar la frustración del cliente y para garantizar que se resuelvan los problemas de manera eficiente. La capacidad de responder de manera rápida y adecuada es un aspecto importante de un buen servicio al cliente y contribuye significativamente a la satisfacción del cliente.

De acuerdo con Cervantes et al. (2020) la comunicación oportuna se refiere a la capacidad de proporcionar información relevante y respuestas a los clientes dentro de un marco temporal apropiado. Este tipo de comunicación asegura que los clientes reciban la atención necesaria sin demoras innecesarias, lo que es crucial para mantener la confianza y la satisfacción del cliente. La oportunidad en la comunicación ayuda a resolver problemas de manera rápida y eficiente, mejorando la percepción general del servicio y contribuyendo a una experiencia de cliente positiva.

Indicador 3: Comunicación digital

Según Bengoechea (2022) la comunicación digital en el ámbito del servicio al cliente se refiere al uso de herramientas y plataformas tecnológicas para interactuar con los clientes. Esto incluye canales como el correo electrónico, las redes sociales, los chats en vivo y otros medios electrónicos que permiten la comunicación en tiempo real o asíncrona. La comunicación digital facilita la interacción con los clientes de manera rápida y eficiente, permitiendo a las empresas ofrecer soporte y resolver problemas a través de diversos canales

en línea. La efectividad de la comunicación digital depende de la habilidad para utilizar estos medios de manera efectiva y profesional.

De acuerdo con López et al. (2020) la comunicación digital se caracteriza por el uso de tecnologías y plataformas digitales para proporcionar servicio al cliente y soporte. Este tipo de comunicación permite una interacción rápida y accesible entre la empresa y los clientes, aprovechando herramientas como redes sociales, aplicaciones de mensajería y correos electrónicos. La comunicación digital es fundamental en la era moderna, ya que ofrece a los clientes múltiples opciones para contactarse con las empresas y recibir respuestas de manera eficiente. La clave para una comunicación digital efectiva es garantizar que las respuestas sean claras, rápidas y adecuadas, aprovechando al máximo las capacidades de las herramientas digitales disponibles.

Dimensión 3: Satisfacción del cliente

Según Sánchez y Navarro (2020) la satisfacción del cliente se refiere al grado en que las expectativas y necesidades del cliente son cumplidas por los productos o servicios de una empresa. Esta satisfacción se evalúa a través de la comparación entre las expectativas previas y la experiencia real del cliente. Un alto nivel de satisfacción del cliente puede resultar en una mayor fidelidad, repetición de compras y recomendaciones positivas. Para lograr una alta satisfacción, las empresas deben enfocarse en ofrecer un servicio de calidad, escuchar las opiniones de los clientes y mejorar continuamente sus procesos y productos.

De acuerdo con Espinel y Ferie (2020) la satisfacción del cliente es el resultado de una evaluación positiva de la experiencia del cliente con una empresa, basado en la calidad del producto o servicio recibido y el nivel de atención al cliente proporcionado. La satisfacción del cliente es crucial para el éxito de cualquier negocio, ya que impacta directamente en la lealtad del cliente y en la reputación de la empresa. Para alcanzar un alto nivel de satisfacción, las empresas deben identificar y cumplir las expectativas de los clientes, resolver problemas de manera efectiva y mantener un estándar alto de calidad en todos los aspectos del servicio.

Según Da Silva (2020) la satisfacción del cliente es un indicador clave que refleja el grado en que los clientes se sienten satisfechos con los productos o servicios ofrecidos por una empresa. Este concepto se basa en la percepción del cliente sobre si sus expectativas han sido superadas o al menos cumplidas. La satisfacción del cliente puede influir en la retención de clientes, la lealtad y la recomendación boca a boca. Para mejorar la satisfacción del

cliente, las empresas deben prestar atención a los comentarios y necesidades de los clientes, ofrecer soluciones eficaces a sus problemas y mantener un alto nivel de calidad en su oferta.

Indicador 1: Calidad del servicio

Según Sánchez y Navarro (2020) la calidad del servicio se refiere a la medida en que un servicio cumple con las expectativas y requisitos del cliente. Esta definición abarca varios aspectos del servicio, incluyendo la eficiencia, la amabilidad del personal, y la capacidad de resolver problemas de manera efectiva. La calidad del servicio no solo se trata de la capacidad para cumplir con las promesas hechas al cliente, sino también de superar sus expectativas. La percepción de calidad del servicio se basa en la experiencia general del cliente, que incluye tanto el resultado del servicio como la interacción con el personal y los procesos involucrados. En este sentido, la calidad del servicio es un factor clave en la satisfacción del cliente y en la fidelización a largo plazo.

De acuerdo con Espinel y Ferie (2020) la calidad del servicio se define como el grado en que un servicio proporcionado cumple o supera las expectativas de los clientes. Esta definición destaca que la calidad del servicio está influenciada por diversos factores como la competencia del personal, la rapidez en la atención, y la precisión en la entrega del servicio. La calidad del servicio se mide a través de la satisfacción del cliente y la percepción de valor recibida en relación con el precio pagado. Un alto nivel de calidad del servicio se traduce en una mayor lealtad del cliente y en una reputación positiva para la empresa. Para mantener un estándar elevado, es esencial que las empresas evalúen continuamente su desempeño y ajusten sus prácticas para alinearse con las expectativas cambiantes de los clientes.

Indicador 2: Cumplimiento de expectativas

Según Navarrete (2021) el cumplimiento de expectativas en el servicio al cliente se refiere a la capacidad de una empresa para satisfacer las promesas y requisitos anticipados por los clientes. Esta definición sugiere que el éxito en el cumplimiento de expectativas se mide por la capacidad de la empresa para entregar lo que ha prometido, tanto en términos de calidad como de tiempo. El cumplimiento de expectativas es crucial para generar confianza y satisfacción en los clientes, ya que cuando las expectativas son satisfechas, los clientes se sienten valorados y satisfechos. La capacidad de cumplir con las expectativas también influye en la percepción de la empresa y en su capacidad para retener clientes a largo plazo.

De acuerdo con Zavala et al. (2021) el cumplimiento de expectativas implica que una empresa no solo debe cumplir con los estándares y promesas que ha establecido, sino también adaptarse a las expectativas cambiantes de los clientes. Esta definición destaca la

importancia de una comunicación clara y honesta con los clientes para asegurar que sus expectativas estén bien definidas desde el principio. El cumplimiento de expectativas se evalúa a través de la satisfacción del cliente y su nivel de confianza en la empresa. La capacidad para cumplir con estas expectativas es fundamental para construir relaciones sólidas y duraderas con los clientes, ya que una experiencia positiva refuerza la lealtad y promueve recomendaciones favorables.

Marco Conceptual

Competencia. La competencia se refiere a la capacidad de una persona para realizar tareas y funciones específicas en un entorno laboral, basándose en sus conocimientos, habilidades y actitudes. Este término implica la habilidad para aplicar el conocimiento de manera efectiva para alcanzar los objetivos establecidos (Mori y Bardales, 2020).

Eficiencia. La eficiencia es la capacidad de lograr resultados deseados con el menor uso de recursos posible, como tiempo y dinero. En el contexto laboral, se refiere a la habilidad para completar tareas de manera efectiva y sin desperdicio (Irving y Palacios, 2021).

Adaptabilidad. Habilidad para ajustarse a nuevas situaciones o cambios en el entorno laboral, mostrando flexibilidad y disposición para aprender o modificar comportamientos según las circunstancias (Espinar, 2023).

Autonomía. Capacidad que tiene una persona para tomar decisiones por sí misma y llevar a cabo acciones sin depender de otros, demostrando independencia y responsabilidad en su trabajo (De Oca, 2021).

Calidad. La calidad en el contexto de los servicios se define como el grado en el que el servicio proporcionado cumple con las expectativas y requisitos del cliente. Esto incluye la consistencia en el desempeño y la atención al detalle (Sierra, 2022).

Colaboración. Trabajo conjunto entre personas o equipos para lograr un objetivo compartido, combinando esfuerzos, habilidades y conocimientos para alcanzar mejores resultados (Licandro, 2023).

Compromiso. Grado de dedicación y responsabilidad que una persona asume con su trabajo, organización o equipo, reflejando lealtad y esfuerzo por alcanzar las metas propuestas (Espinar, 2023).

Proactividad. Actitud de anticiparse a los problemas o necesidades del trabajo, tomando la iniciativa y proponiendo soluciones antes de que las situaciones se conviertan en un inconveniente (Licandro, 2023).

Puntualidad. Cumplimiento de plazos y horarios establecidos en el entorno laboral, reflejando disciplina y respeto por el tiempo de los demás (De Oca, 2021).

Resolución. Capacidad para identificar, analizar y solucionar problemas de manera eficiente, utilizando el razonamiento y recursos disponibles para tomar decisiones correctas (Licandro, 2023).

Retroalimentación. La retroalimentación es la información que se proporciona sobre el desempeño o el comportamiento, con el objetivo de mejorar o ajustar las prácticas. Es esencial para el desarrollo continuo y la mejora en el entorno laboral (Bautista y Cienfuegos, 2020).

Transparencia. Principio de actuar con claridad y honestidad en la comunicación y acciones dentro del entorno laboral, asegurando que la información sea accesible y comprensible para todos (De Oca, 2021).

2.3.Hipótesis

En el presente estudio titulado: Propuesta de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la empresa de servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. No se ha planteado una hipótesis, ya que la investigación se desarrolló bajo el nivel descriptivo. De acuerdo con Valle et al. (2022) en los estudios de nivel descriptivo el objetivo principal es detallar las características de un fenómeno sin intervenir en sus variables o resultados, lo que elimina la necesidad de proponer una hipótesis. Por esta razón, el estudio se enfocó en observar y describir detalladamente el desempeño laboral y la atención al cliente en la empresa mencionada, sin la necesidad de una hipótesis que dirija el proceso investigativo.

III. Metodología

3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación

Tipo

Este trabajo de investigación se caracterizó por ser de tipo cuantitativo.

Cuantitativo:

Este trabajo de investigación fue de tipo cuantitativo. De acuerdo con Laura (2022) la investigación cuantitativa se caracteriza por la recolección y el análisis de datos numéricos para describir patrones, relaciones o tendencias en una población o fenómeno. Este enfoque permite medir variables de forma precisa, por medio de instrumentos y técnicas de recolección, proporcionando resultados objetivos que pueden ser analizados estadísticamente. Este estudio fue de tipo cuantitativo, para medir y evaluar las variables de desempeño laboral y atención al cliente, se utilizaron dos cuestionarios estructurados aplicados a los trabajadores y clientes para la recolección de datos y el análisis de datos. Esto permitió obtener resultados numéricos que se calcularon a través de frecuencias, con el fin de determinar porcentajes y promedios, los cuales fueron analizados para proponer un plan de mejora para la empresa del estudio. También, se realizaron tablas y figuras que presentan los resultados con la información obtenida en la investigación.

Nivel

El nivel de investigación fue descriptivo – de propuesta.

Descriptivo:

La investigación fue de nivel descriptivo. Según Valle et al. (2022) la investigación descriptiva busca observar, describir y documentar aspectos de una situación tal como ocurre, sin manipular ninguna variable. Este tipo de investigación se enfoca en detallar las características del fenómeno estudiado. En este caso, se describieron las características de las variables de desempeño laboral y la atención al cliente. La investigación descriptiva permitió proporcionar una visión más detallada del contexto actual, para identificar áreas de mejora y desarrollar propuestas.

Propuesta:

Tal como señala Álvarez-Risco (2020) los estudios de propuesta se centran en diseñar o sugerir soluciones a problemas identificados durante el análisis descriptivo, por ello las empresas pueden aplicar las propuestas para solucionar diferentes problemas encontrados en sus diferentes áreas. Esta investigación fue de propuesta, se buscó mejorar el desempeño laboral en la atención al cliente dentro de la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., se

propuso un plan de mejora con estrategias de solución basadas en los resultados obtenidos en el análisis descriptivo, teniendo en cuenta las necesidades y expectativas del cliente y los trabajadores. Por lo que el representante de la empresa tiene la oportunidad de implementar el plan de mejora para reducir los problemas encontrados en relación a las variables de desempeño laboral y atención al cliente.

Diseño de investigación

La investigación tuvo un diseño no experimental- transversal.

No experimental:

Este estudio fue de diseño no experimental. De acuerdo con Laura (2022) en la investigación no experimental, el investigador no manipula las variables, sino que observa los fenómenos tal como ocurren de manera natural. Este diseño es adecuado para estudiar fenómenos complejos en situaciones del mundo real sin alterar el entorno o los comportamientos de los sujetos. Al ser un estudio no experimental, no se realizaron alteraciones ni manipulaciones a las variables de estudio, solamente se observaron en su contexto actual, permitiendo una comprensión más auténtica de los factores que afectan las variables de desempeño laboral y la atención al cliente.

Transversal:

El diseño de esta investigación fue transversal. Según Valle et al. (2022) un estudio transversal recoge datos en un único momento del tiempo, proporcionando una instantánea de la situación. Este tipo de diseño es útil para describir el estado actual de un fenómeno o grupo en un momento determinado. En este estudio, el enfoque transversal permitió evaluar el desempeño laboral y la atención al cliente en la empresa en un período, específicamente en durante el año 2024, lo que sirvió de base para las propuestas de mejora que se plantearon posteriormente.

3.2. Población

Álvarez-Risco (2020) sostiene que la definición de la población es crucial para el análisis de la investigación, ya que esta se refiere al conjunto completo de elementos que cumplen con los criterios establecidos para un estudio específico. En este contexto:

Variable 1. Desempeño laboral

P1: Para la variable de desempeño laboral se utilizó una población de 10 trabajadores de la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., ubicada en la provincia de Huaraz, 2024.

Los criterios de inclusión: Se incluyeron en la investigación a los a trabajadores que se encuentren en planilla, aquellos que llevan más de un año trabajando en la empresa, y que no estén en situación de baja laboral.

Los criterios de exclusión: Se excluyeron de la investigación a los trabajadores que estén de baja laboral o aquellos que lleven menos de un año en la empresa. Esta selección aseguro que los datos recopilados sean representativos de los empleados con experiencia y en condiciones laborales estables.

Variable 2: Atención al cliente

P2: Para la variable de atención al cliente se utilizó una población de 36 clientes fidelizados según la base de datos de la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., ubicada en la provincia de Huaraz, 2024.

Los criterios de inclusión: Se incluyeron en la investigación a los clientes que están registrados en la base de datos de la empresa y aquellos que han recibido servicios durante más de un año.

Los criterios de exclusión: Se excluyeron de la investigación a los clientes que han comenzado a obtener servicios recientemente o que no están en la base de datos de la empresa. Este enfoque garantiza que se obtenga una visión detallada de la experiencia de clientes con una relación estable y prolongada con la empresa.

Muestra

Según Laura (2022) enfatiza que la selección de una muestra adecuada es fundamental para la investigación, ya que determina la representatividad y la calidad de los datos obtenidos.

M1: Para la variable de desempeño laboral se utilizó una muestra de 10 trabajadores de la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., ubicada en la provincia de Huaraz, 2024.

M2: Para la variable de atención al cliente se utilizó una muestra de 36 clientes fidelizados de la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., ubicada en la provincia de Huaraz, 2024.

Muestreo: Censal

De acuerdo con Laura (2022) en un muestreo censal, se selecciona toda la población disponible para el estudio cuando esta es pequeña y manejable, lo cual permite una evaluación exhaustiva y detallada de cada miembro del grupo. Dado el tamaño reducido de la población, se optó por un muestreo censal para garantizar que cada trabajador fuera incluido en el análisis. También, el muestreo censal permitió recoger información detallada

de todos los clientes seleccionados, asegurando que se reflejen todas las perspectivas de los clientes con una relación estable con la empresa.

3.3.Operacionalización de las variables

Variables	Definición operativa	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías o valoración
Desempeño laboral	Cuello et al. (2020) sostienen que desempeño laboral se refiere a la capacidad y efectividad de un empleado para cumplir con sus responsabilidades y metas en el trabajo. Incluye la evaluación de las condiciones laborales, como el entorno de trabajo y los recursos disponibles, así como la evaluación del rendimiento y los incentivos laborales que motivan al empleado. Estos aspectos son fundamentales para valorar y mejorar la calidad del trabajo y los servicios ofrecidos por el empleado.	Condiciones laborales	Ambiente Laboral	Likert	1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
			Recursos y Herramientas		
		Evaluación del desempeño	Rendimiento Laboral		
			Capacitación		
		Incentivos laborales	Motivación		
			Recompensa		
Reconocimiento					
Atención al cliente	Condori (2021) señala que la atención al cliente es el proceso de interactuar con los clientes para satisfacer sus necesidades y resolver problemas. No es solo el servicio proporcionado, sino también la empatía, la comunicación efectiva y la satisfacción del cliente. Estos tres aspectos se utilizan para medir la calidad de la atención desde la perspectiva del cliente.	Empatía con el cliente	Interés en solucionar problemas		
			Confianza		
			Tiempo de atención		
			Cortesía		
		Comunicación con el cliente	Comunicación fluida		
			Comunicación oportuna		
			Comunicación digital		
		Satisfacción del cliente	Calidad del servicio		
Cumplimiento de expectativas					

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Según Valle et al. (2022) la encuesta es una técnica de recolección de datos ampliamente utilizada en investigaciones sociales y empresariales debido a sus numerosas ventajas. Esta técnica permite obtener información detallada de un gran número de personas de manera eficiente y estandarizada. Entre sus principales ventajas se destacan la capacidad de recopilar datos de manera rápida y económica, así como la posibilidad de alcanzar una amplia variedad de respuestas que facilitan el análisis estadístico. Además, esta técnica permite comparar respuestas y detectar patrones y tendencias a lo largo de la muestra. En la presente investigación, se utilizó la encuesta como técnica de recolección de datos para ambas variables, ya que estaba diseñada para recopilar opiniones y percepciones de un número determinado de personas. La encuesta proporcionó datos valiosos y específicos; para la variable desempeño laboral, se encuestaron a los trabajadores y para la variable la atención al cliente se encuestó a los clientes, lo que permitió una evaluación precisa y detallada de las variables de interés.

Instrumentos

El cuestionario es un instrumento crucial en la recolección de datos, ya que permite estructurar y estandarizar las preguntas para obtener respuestas claras y comparables de los participantes. Según Laura (2022) el cuestionario ofrece ventajas significativas, como la posibilidad de obtener datos de manera sistemática y organizada, lo que facilita el análisis y la interpretación de los resultados. Este instrumento es especialmente útil para obtener información específica sobre las percepciones y experiencias de los encuestados en relación con las variables estudiadas. En el presente estudio, se elaboraron dos cuestionarios adaptados a las muestras de investigación, que contaron con 16 preguntas en total. El primer cuestionario estuvo dirigido a los trabajadores y contó con 07 ítems en una escala de Likert para evaluar la variable desempeño laboral (ver Anexo 4). El segundo cuestionario estuvo dirigido a los clientes fidelizados de la empresa y tuvo 09 ítems para medir la variable atención al cliente (ver Anexo 4). Los cuestionarios fueron validados, revisados y aprobados por tres expertos en administración con grado de maestría o doctorado antes de su aplicación (Anexo 5). También se comprobó la confiabilidad de ambos cuestionarios mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, el cuestionario de la variable desempeño laboral tuvo un coeficiente de 0.891 y la variable atención al cliente obtuvo un coeficiente de 0.894. n. Esta

metodología aseguro que los instrumentos sean precisos y confiables para obtener los resultados más relevantes y válidos para la investigación (Anexo 5).

3.5.Método de análisis de datos

Álvarez (2020) describe el análisis de datos como un proceso crucial en el que los investigadores examinan e interpretan los datos recopilados para derivar conclusiones y responder a las preguntas de investigación. En el contexto de esta investigación sobre el desempeño laboral y la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., ubicada en la provincia de Huaraz. En esta investigación el análisis de datos se basó en la información numérica obtenida a través de encuestas dirigidas a trabajadores y clientes. En la primera etapa, se realizó una descripción detallada de los datos, utilizando estadísticas descriptivas como promedios, porcentajes y frecuencias, con el fin de resumir la distribución y proporcionar una visión inicial de los patrones observados. Posteriormente, los datos fueron procesados mediante técnicas estadísticas avanzadas y softwares, lo que permitió interpretarlos de manera precisa. Tras la recolección de los datos, estos fueron tabulados y representados gráficamente de manera ordenada, de acuerdo con cada variable y sus dimensiones, facilitando así su comprensión. Las tablas y figuras realizadas permitieron visualizar los resultados obtenidos, lo que a su vez contribuyó a un análisis comparativo con estudios previos y teorías relevantes. Este proceso fue fundamental para extraer conclusiones válidas y significativas, que sustentaron el plan de mejora propuesto para la empresa en cuestión. Esta fase del análisis de datos resultó clave para alcanzar los objetivos de la investigación y generar conclusiones concretas.

Según Valle et al. (2022) el análisis descriptivo se enfoca en identificar y describir los patrones predominantes en los datos recolectados, sin necesidad de una hipótesis previa. Este enfoque es adecuado para organizar y tabular los datos, proporcionando una visión clara de las tendencias observadas. En nuestra investigación, se aplicó un análisis descriptivo para las variables de desempeño laboral y atención al cliente. Los resultados más relevantes fueron destacados y comparados con investigaciones similares, utilizando la teoría existente para respaldar nuestras conclusiones. Tras la recolección de los datos, se tabularon y organizaron según las dimensiones de cada variable, creando tablas de frecuencias y figuras para una mejor visualización. Para el análisis y presentación de los datos, se emplearon diversas herramientas. Microsoft Excel fue utilizado para la tabulación de los resultados y la creación de figuras; Microsoft Word, para la redacción y organización del informe final; y

Acrobat Reader, para la revisión de documentos en formato PDF. Google Chrome se utilizó para la investigación en línea y la consulta de artículos, libros y antecedentes disponibles en repositorios académicos, incluyendo el de la universidad. Además, PowerPoint fue utilizado para la preparación de las diapositivas para la presentación final ante los jurados. Finalmente, la herramienta anti plagio Turnitin fue utilizado para verificar la originalidad del contenido, asegurando que el índice de similitud se mantuviera por debajo del 25%, en cumplimiento con las normativas establecidas por el Reglamento de Investigación.

3.6.Aspectos éticos

La investigación se llevó a cabo siguiendo los principios éticos establecidos en el Reglamento de Integridad Científica en la Investigación V.001 de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote actualizado por Consejo Universitario con Resolución N° 0676-2024-CU-ULADECH Católica, de fecha 28 de junio del 2024 (ULADECH, 2024).

Respeto y protección de los derechos de los intervinientes

En el marco de esta investigación titulada; Propuesta de Mejora del Desempeño Laboral para la Atención al Cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024, se garantizó el respeto y protección de los derechos de todos los participantes. Se mantuvo la dignidad, privacidad y diversidad cultural tanto de los trabajadores como de los clientes de la empresa. En todo momento, se evitó cualquier tipo de discriminación por raza, género, religión u otras características personales. No se publicaron datos personales de los participantes, tales como dirección, DNI, u otra información sensible, y se respetó estrictamente su privacidad. Los datos recolectados fueron tratados con la máxima confidencialidad, y los participantes fueron informados detalladamente sobre el uso que se haría de los mismos. El consentimiento para la recolección de datos se obtuvo de manera clara y explícita, asegurando que cada participante comprendiera el propósito del estudio y su derecho a retirar su consentimiento en cualquier momento sin que esto afectara su relación con la investigación. Todos los procedimientos fueron implementados con la mayor transparencia, y el respeto a los derechos individuales fue una prioridad fundamental.

Cuidado del medio ambiente

La investigación se llevó a cabo respetando las medidas de protección del medio ambiente. Se implementaron prácticas sostenibles durante todo el proceso, incluyendo el uso de papel reciclado para la impresión de los cuestionarios. Los investigadores y participantes utilizaron lapiceros y lápices reutilizables, evitando los productos desechables. Además, el

estudio no generó ningún impacto negativo en el entorno natural. Se protegió el entorno donde se realizó la investigación, promoviendo el ahorro de energía mediante el uso responsable de los dispositivos electrónicos. Los equipos de trabajo fueron apagados cuando no estaban en uso, lo que permitió minimizar el consumo energético y contribuir de manera significativa a la preservación del medio ambiente.

Libre participación por propia voluntad

La investigación se realizó respetando plenamente la libre participación de los individuos. Tanto los trabajadores de la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L. como los clientes fidelizados fueron informados de manera clara y detallada sobre los objetivos, propósitos y beneficios del estudio. Se les explicó la naturaleza de la investigación y la importancia de su participación, brindándoles la total libertad de decidir si deseaban formar parte del estudio, sin presión o coacción alguna. La participación fue completamente voluntaria y los participantes tuvieron la opción de retirarse en cualquier momento sin consecuencias negativas. Además, todos los participantes firmaron un consentimiento informado, que respaldó su decisión y aseguró que comprendían la naturaleza del estudio, sus objetivos, y sus derechos. Dicho documento confirmó que su participación fue voluntaria, anónima y libre de cualquier tipo de presión. Tanto el investigador como los participantes conservaron una copia del consentimiento, asegurando transparencia y respeto por los derechos de todos los involucrados.

Beneficencia y no maleficencia

Beneficencia: Los trabajadores y clientes de la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L. se beneficiaron de su participación en el estudio, ya que el principal objetivo fue desarrollar una propuesta de mejora para optimizar los procesos de desempeño laboral y atención al cliente. La investigación permitió identificar áreas clave de mejora, lo que benefició tanto a la empresa como a sus empleados y clientes, mejorando el clima laboral y la calidad de los servicios. Los participantes pudieron expresar sus opiniones, contribuyendo al crecimiento de la empresa y fortaleciendo sus habilidades y bienestar en el entorno laboral. Se obtuvo el permiso del representante legal para utilizar el nombre de la empresa en el título de la investigación, y el estudio se llevó a cabo con transparencia y responsabilidad, garantizando siempre el bienestar de todos los involucrados.

No maleficencia: Durante todo el proceso, se implementaron estrictas medidas para minimizar cualquier posible efecto adverso de la investigación. Se garantizó que la

participación no causara ningún daño físico, emocional o profesional a los trabajadores ni a los clientes de la empresa. Los participantes fueron informados plenamente sobre los propósitos y objetivos del estudio, y se respetaron sus decisiones de participar o no. Las respuestas fueron confidenciales, y se permitió que quienes quisieran mantener el anonimato lo hicieran, asegurando un espacio de libre expresión sin temor a represalias. Asimismo, la recolección de datos no interfirió con las responsabilidades laborales de los empleados ni con las actividades diarias de los clientes, protegiendo su bienestar en todo momento. El principio de no maleficencia fue central en todo el proceso, cumpliendo con los más altos estándares éticos para maximizar los beneficios y minimizar cualquier riesgo potencial.

Integridad y Honestidad

La investigación se llevó a cabo con un firme compromiso con la integridad y la honestidad. La recolección y presentación de los datos fue objetiva e imparcial, evitando cualquier manipulación de los resultados. La información utilizada provino de fuentes confiables y fue validada mediante la prueba del Alfa de Cronbach y revisada por expertos en administración, asegurando su confiabilidad. El estudio se condujo según principios éticos rigurosos, garantizando que los resultados fueran originales y aportaran valor a la comunidad científica y a futuras investigaciones.

Justicia

El principio de justicia se reflejó en el trato equitativo de todos los participantes. Se explicaron de manera clara y accesible los objetivos del estudio y el propósito de cada cuestionario tanto a los trabajadores como a los clientes. Todos los participantes tuvieron la misma oportunidad de contribuir y responder los cuestionarios, lo que permitió obtener resultados válidos y representativos. Al finalizar la investigación, cada participante fue informado sobre los resultados obtenidos y se les ofreció una copia del estudio si así lo deseaban. Este enfoque aseguró que todos los participantes fueran tratados con justicia y que sus aportaciones fueran valoradas adecuadamente.

IV. Resultados

Variable 1: Desempeño laboral

Respecto al objetivo específico 1: Identificar las características de las condiciones laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Tabla 1

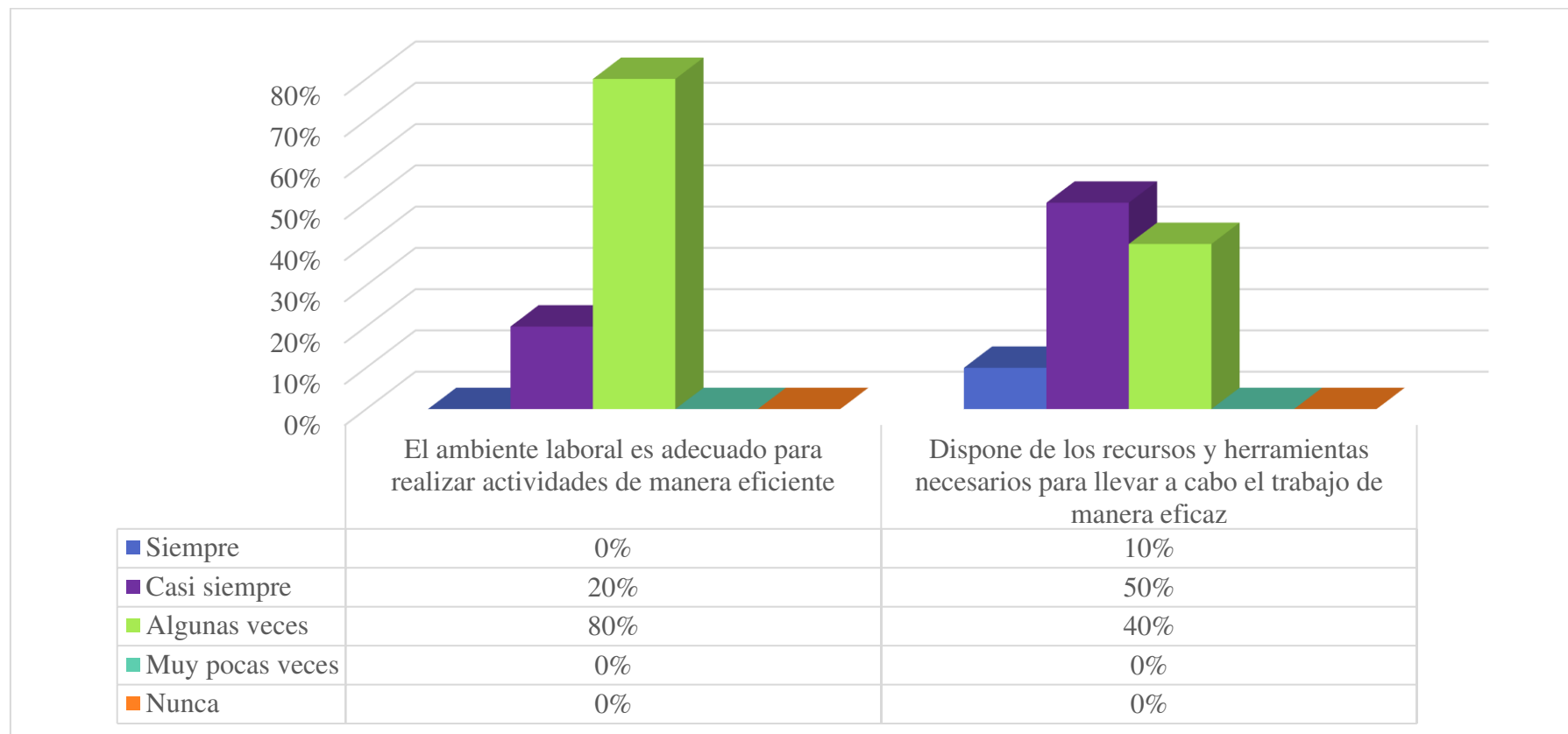
Características de las condiciones laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024

Características de las condiciones laborales	N	%
El ambiente laboral es adecuado para realizar actividades de manera eficiente		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	2	20.00
Algunas veces	8	80.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	10	100.00
Dispone de los recursos y herramientas necesarios para llevar a cabo el trabajo de manera eficaz		
Siempre	1	10.00
Casi siempre	5	50.00
Algunas veces	4	40.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	10	100.00

Nota: Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Figura 1

Características de las condiciones laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024



Nota: La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de las condiciones laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024

Respecto al objetivo específico 2: Definir las características de la evaluación del desempeño en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Tabla 2

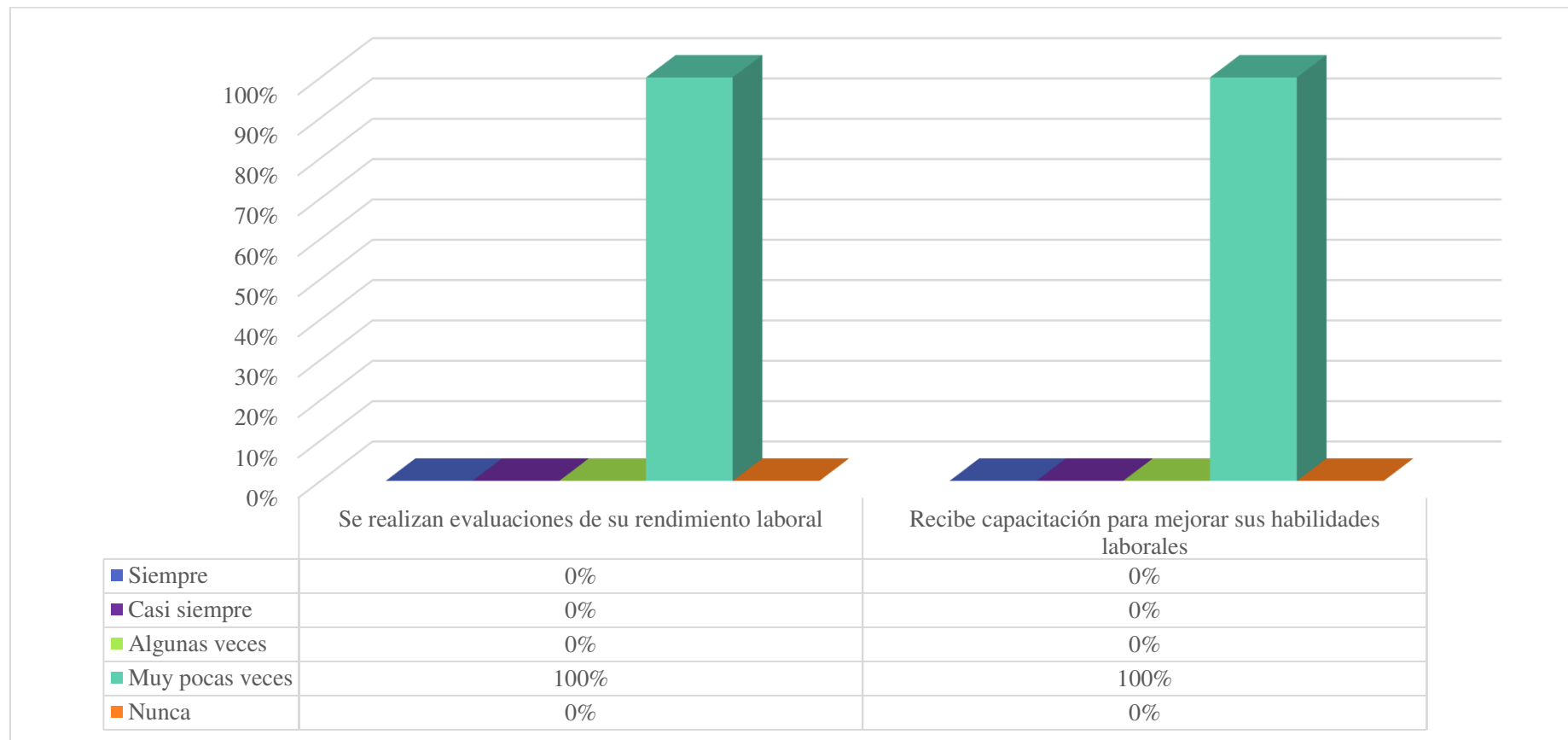
Características de la evaluación del desempeño en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024

Características de la evaluación del desempeño	N	%
Se realizan evaluaciones de su rendimiento laboral		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	10	100.00
Nunca	0	0.00
Total	10	100.00
Recibe capacitación para mejorar sus habilidades laborales		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	0	0.00
Muy pocas veces	10	100.00
Nunca	0	0.00
Total	10	100.00

Nota: Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Figura 2

Características de la evaluación del desempeño en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024



Nota: La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la evaluación del desempeño en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024

Respecto al objetivo específico 3: Describir las características de los incentivos laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Tabla 3

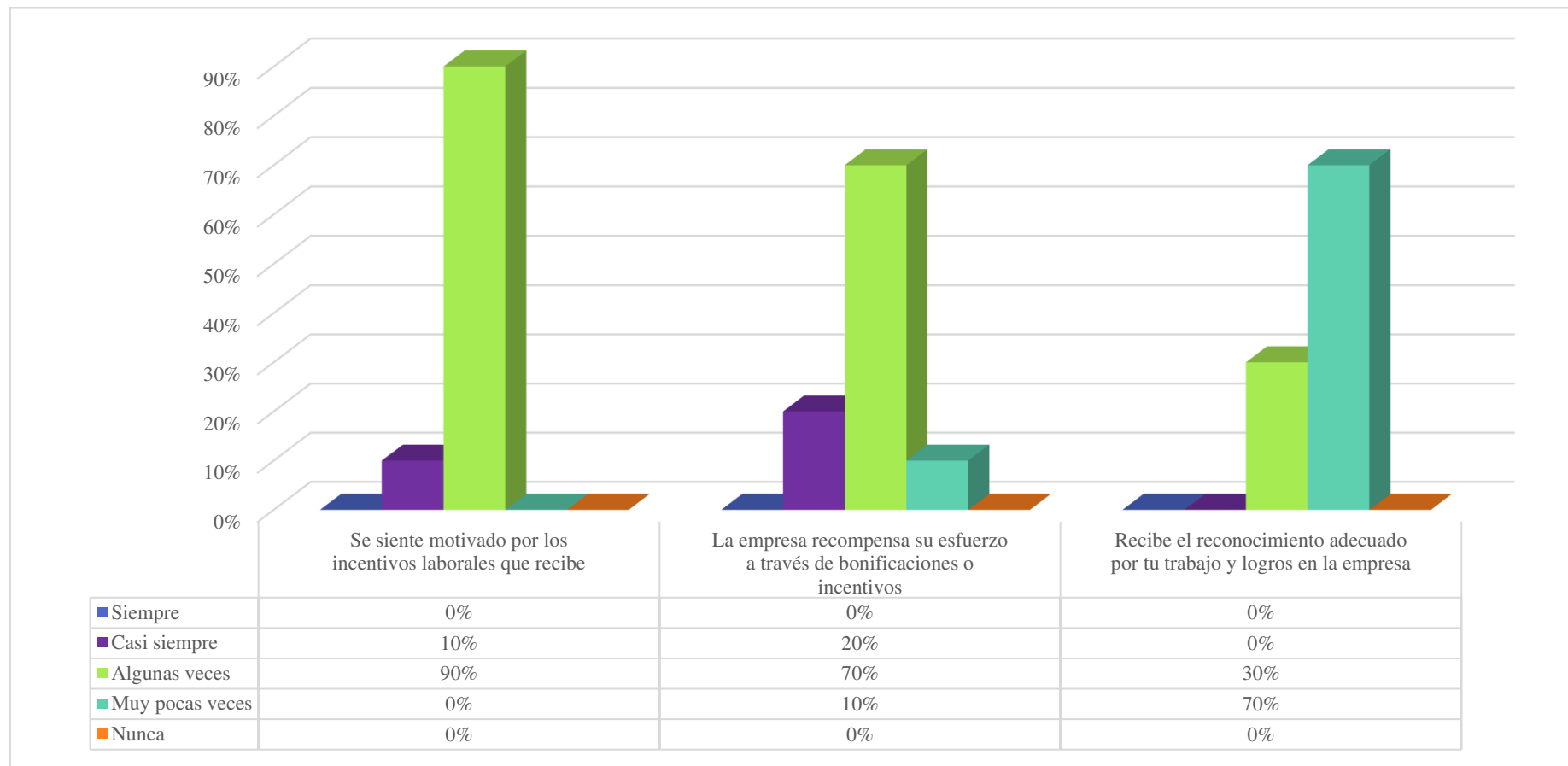
Características de los incentivos laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Características de los incentivos laborales	N	%
Se siente motivado por los incentivos laborales que recibe		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	1	10.00
Algunas veces	9	90.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	10	100.00
La empresa recompensa su esfuerzo a través de bonificaciones o incentivos		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	2	20.00
Algunas veces	7	70.00
Muy pocas veces	1	10.00
Nunca	0	0.00
Total	10	100.00
Recibe el reconocimiento adecuado por tu trabajo y logros en la empresa		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	3	30.00
Muy pocas veces	7	70.00
Nunca	0	0.00
Total	10	100.00

Nota: Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Figura 3

Características de los incentivos laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.



Nota: La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de los incentivos laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024

Variable 2: Atención al cliente

Respecto al objetivo específico 4: Definir las características de la empatía con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Tabla 4

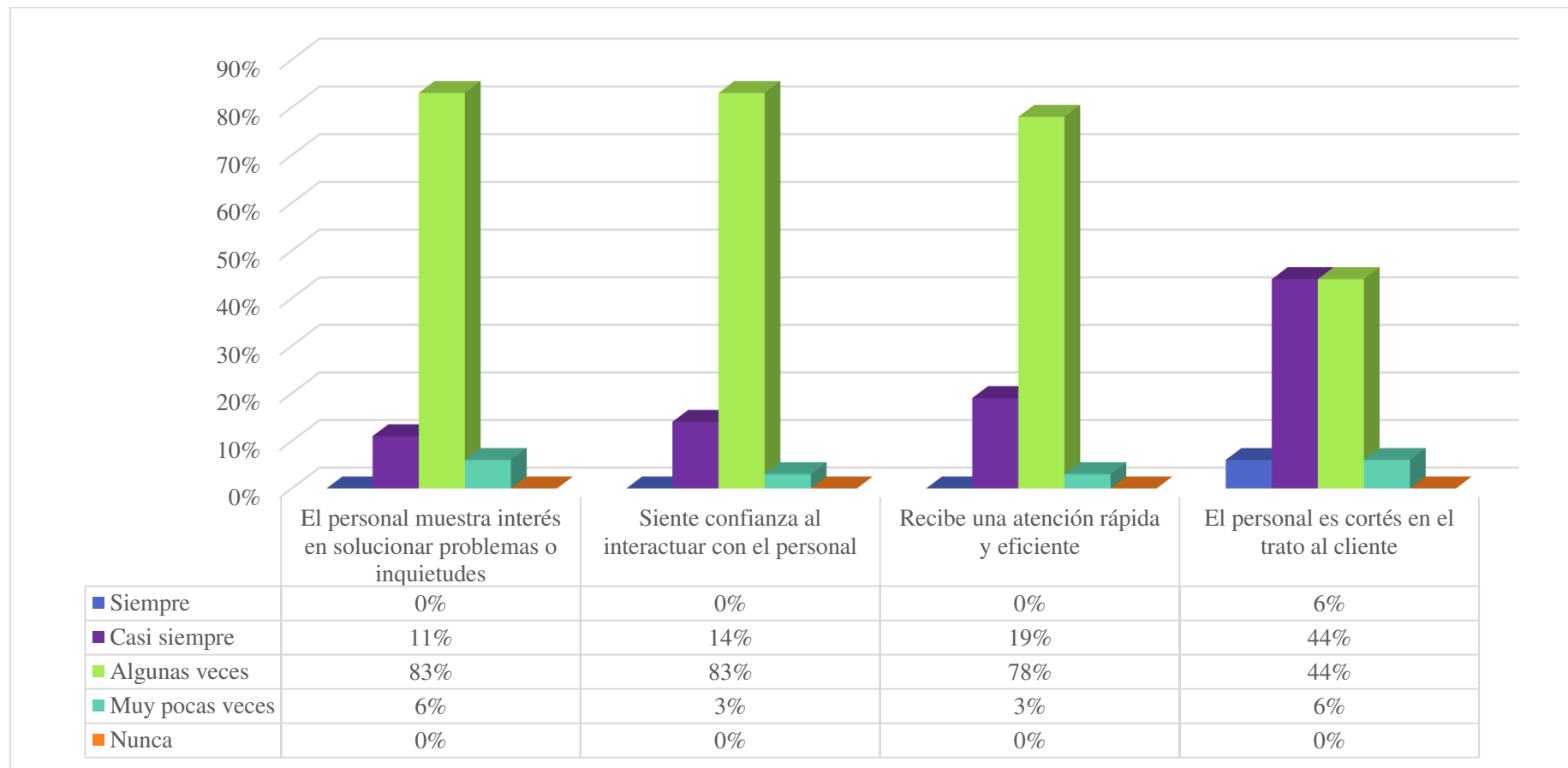
Características de la empatía con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Características de la empatía con el cliente	N	%
El personal muestra interés en solucionar problemas o inquietudes		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	4	11.00
Algunas veces	30	83.00
Muy pocas veces	2	6.00
Nunca	0	0.00
Total	36	100.00
Siente confianza al interactuar con el personal		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	5	14.00
Algunas veces	30	83.00
Muy pocas veces	1	3.00
Nunca	0	0.00
Total	36	100.00
Recibe una atención rápida y eficiente		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	7	19.00
Algunas veces	28	78.00
Muy pocas veces	1	3.00
Nunca	0	0.00
Total	36	100.00
El personal es cortés en el trato al cliente		
Siempre	2	6.00
Casi siempre	16	44.00
Algunas veces	16	44.00
Muy pocas veces	2	6.00
Nunca	0	0.00
Total	36	100.00

Nota: Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Figura 4

Características de la empatía con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.



Nota: La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la empatía con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Respecto al objetivo específico 5: Describir las características de la comunicación con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Tabla 5

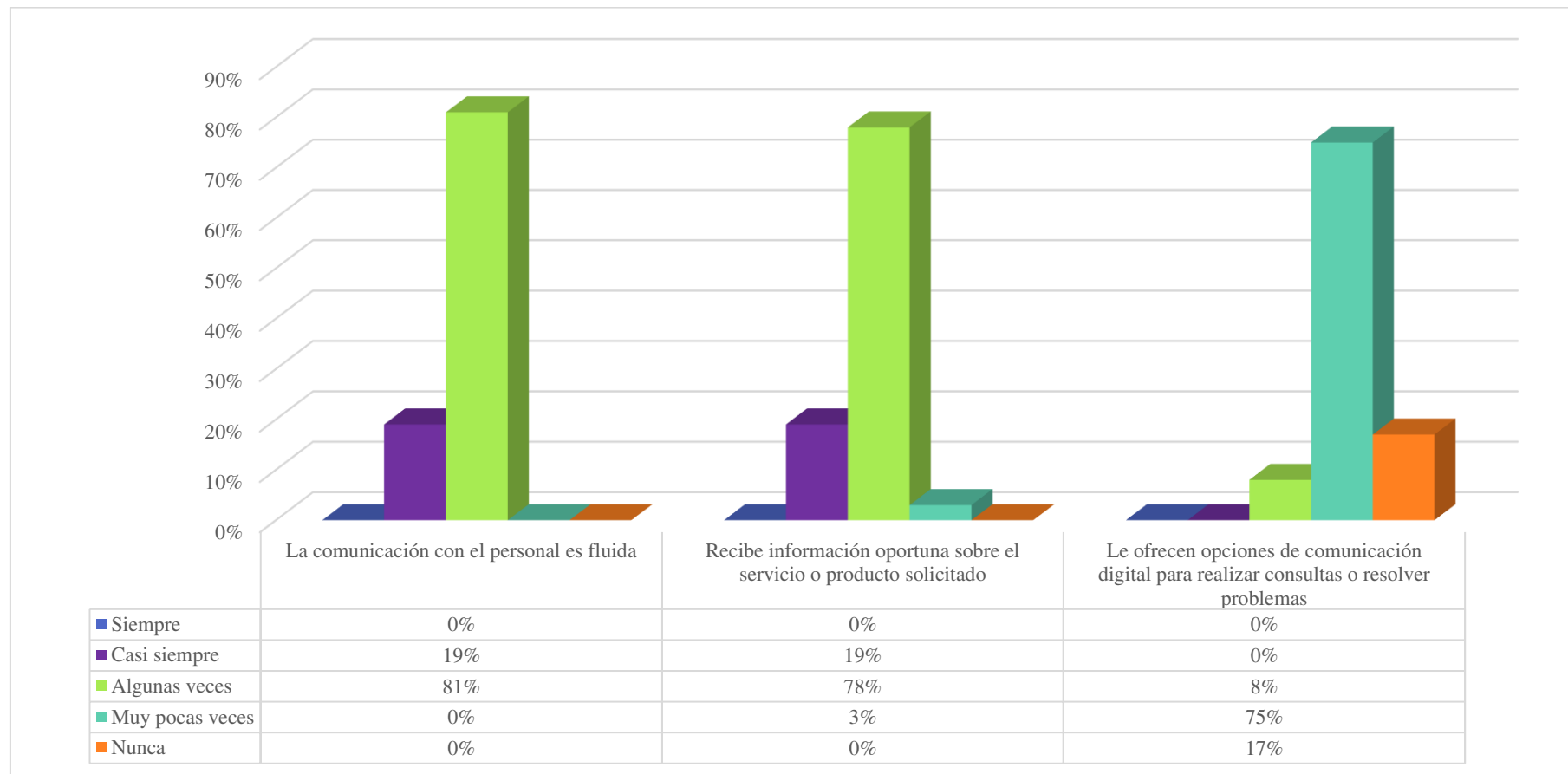
Características de la comunicación con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024

Características de la comunicación con el cliente	N	%
La comunicación con el personal es fluida		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	7	19.00
Algunas veces	29	81.00
Muy pocas veces	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	36	100.00
Recibe información oportuna sobre el servicio o producto solicitado		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	7	19.00
Algunas veces	28	78.00
Muy pocas veces	1	3.00
Nunca	0	0.00
Total	36	100.00
Le ofrecen opciones de comunicación digital para realizar consultas o resolver problemas		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Algunas veces	3	8.00
Muy pocas veces	27	75.00
Nunca	6	17.00
Total	36	100.00

Nota: Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Figura 5

Características de la comunicación con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024



Nota: La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la comunicación con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Respecto al objetivo específico 6: Identificar las características de la satisfacción del cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Tabla 6

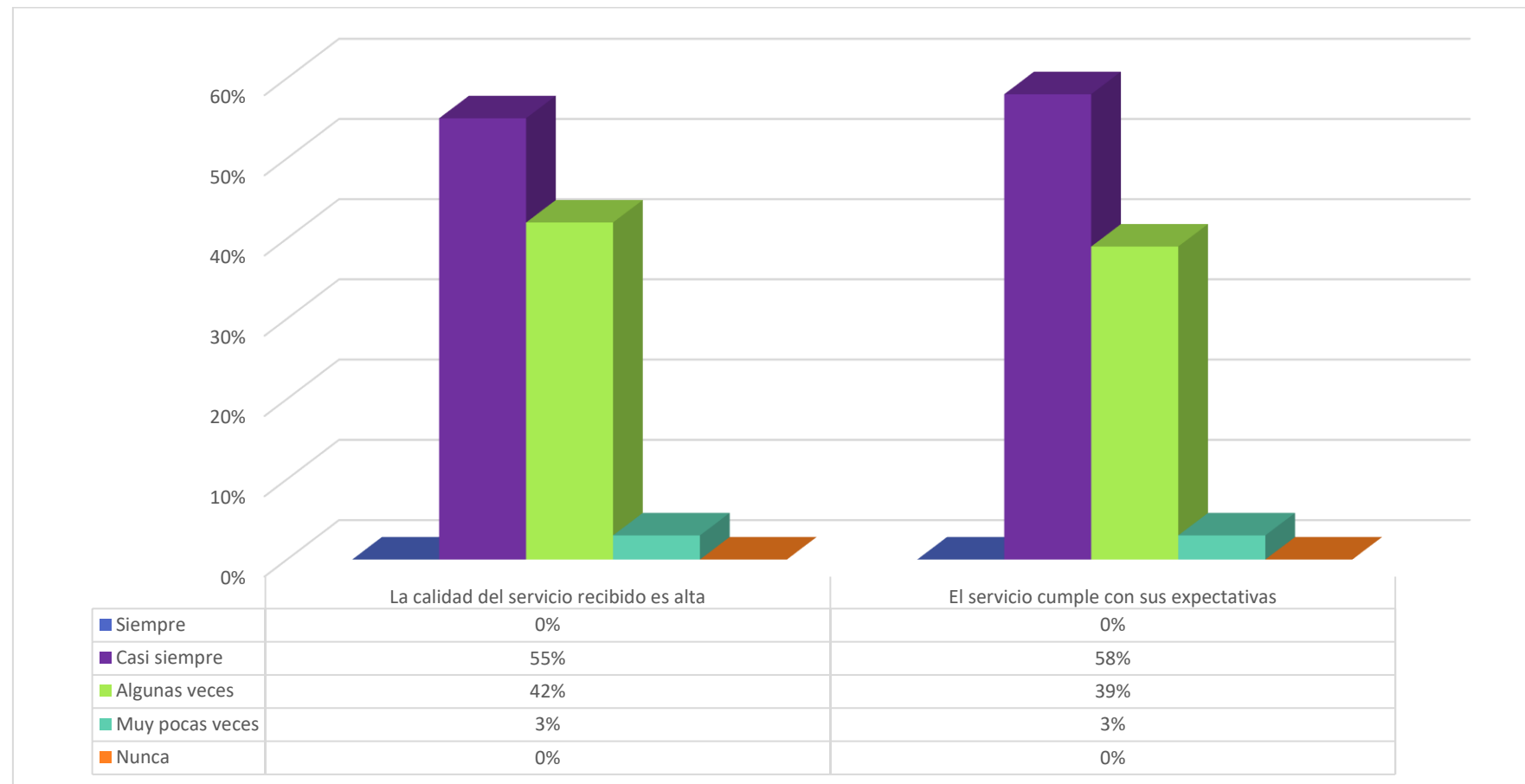
Características de la satisfacción del cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Características de la satisfacción del cliente	N	%
La calidad del servicio recibido es alta		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	20	55.00
Algunas veces	15	42.00
Muy pocas veces	1	3.00
Nunca	0	0.00
Total	36	100.00
El servicio cumple con sus expectativas		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	21	58.00
Algunas veces	14	39.00
Muy pocas veces	1	3.00
Nunca	0	0.00
Total	36	100.00

Nota: Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Figura 6

Características de la satisfacción del cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.



Nota: La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la satisfacción del cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Respecto al objetivo específico 7: Elaborar una propuesta de un plan de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024

Tabla 7

Propuesta de un plan de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024

Variable	Indicador	Problema	Causas	Consecuencias	Acciones de mejora	Responsable	Presupuesto
Desempeño Laboral	Ambiente laboral	El 80% de los trabajadores consideran que algunas veces el ambiente laboral es adecuado para realizar actividades de manera eficiente.	Falta comunicación dentro de la empresa, no hay reuniones entre los equipos de trabajo.	Las tareas se retrasan porque la falta de comunicación genera confusión.	Planificar e implementar reuniones mensuales de coordinación: Cada área informará avances y dificultades, mejorando la comunicación interna.	Gerente	S/ 100
			Espacios reducidos o desorganizados en el taller y área administrativa lo que afecta la comodidad de los trabajadores.	Los trabajadores se sienten cansados y desmotivados por que el espacio es pequeño e incómodo afectando la productividad.	Reorganización del espacio laboral: Redistribuir herramientas o equipo y crear zonas de trabajo bien delimitadas para evitar incomodidad y caos.		S/. 400
			Poca convivencia, no se realizan ni promueven actividades que fortalezcan el trabajo en equipo.	Los equipos no trabajan bien juntos lo que afecta y disminuye la cooperación entre los trabajadores.	Programar y realizar actividades trimestrales de integración: Organizar charlas, jornadas o almuerzos recreativos para fortalecer el trabajo en equipo.		S/. 600
	Recursos y herramientas	El 50 % de los trabajadores consideran que casi	Inventario no completamente actualizado, lo que dificulta un control total de las	Demora y paralización de trabajos, ya que las reparaciones y mantenimiento de vehículos se retrasan por la falta de	Control de inventario y mantenimiento: Implementar un sistema de control semanal de las herramientas y equipos, asegurando que estén en buen estado o se reparen a tiempo.	Gerente / Administrador	S/. 500

		siempre disponen de los recursos y herramientas necesarias para llevar a cabo su trabajo de manera eficaz.	herramientas y equipos disponibles.	herramientas adecuadas.			
			Herramientas y equipos en estado de uso, algunas requieren mantenimiento para mejorar su funcionamiento.	Esto provocaría Mayor desgaste físico y estrés, ya que los trabajadores deben improvisar, lo que aumenta la fatiga.	Reparación y compra de herramientas: Destinar un presupuesto para reparar o reemplazar herramientas y equipos que ya no funcionen adecuadamente.		S/. 1,200
			Falta de un sistema de organización más claro, lo que ocasionalmente puede generar confusión o pequeños retrasos.	Insatisfacción del cliente por los retrasos en las reparaciones y entregas afectan la experiencia del cliente.	Organización del espacio de trabajo: Rediseñar el área de trabajo para tener una distribución clara y ordenada de las herramientas, facilitando su uso. Se puede hacer uso de muebles, cajas o depósitos de organización, separadores, etc.		S/. 500
	Rendimiento Laboral	El 100% de los trabajadores consideran que muy pocas veces se realizan evaluaciones de su rendimiento laboral.	Ausencia de sistema formal de evaluación del rendimiento laboral, también no se cuenta con herramientas ni procedimientos claros para evaluar el desempeño.	Desconocimiento de fortalezas y debilidades, los empleados no saben en qué aspectos deben mejorar o cambiar.	Implementación de un sistema formal de evaluación: Desarrollar un sistema trimestral de evaluación del rendimiento basado en indicadores como puntualidad, calidad del trabajo, etc.	Gerente / Administrador	S/. 500
			Falta de retroalimentación ya que no se brindan	Al no recibir retroalimentación ni reconocimiento, los empleados no se	Reuniones de retroalimentación individual: el gerente, administrador y jefe del taller deberá reunirse con los		No aplica: Esta acción puede llevarse a

			comentarios sobre áreas a mejorar.	sienten motivados para mejorar, seguirán cometiendo errores en su trabajo lo que afectara el servicio que brinda la empresa.	empleados para brindarles retroalimentación sobre su desempeño, destacando tanto sus logros como las áreas a mejorar.		cabo como parte de las actividades normales de gestión sin necesidad de presupuesto.
			Objetivos poco claros, ya que los trabajadores no conocen qué se espera de ellos.	Disminución de la calidad del trabajo, ya que sin evaluaciones ni metas claras, la calidad del trabajo tiende a bajar, afectando el rendimiento general y la atención al cliente.	Definición de objetivos claros: Establecer metas específicas para cada trabajador, alineadas con las necesidades del taller y revisarlas trimestralmente.		No aplica: La definición de objetivos es una práctica de gestión que no requiere inversión monetaria.
	Capacitación	El 100% de los trabajadores consideran que muy pocas veces reciben capacitación para mejorar sus habilidades laborales.	Falta de planificación, ya que no se realizan diagnósticos de necesidades de capacitación de los trabajadores.	Desactualización técnica, ya que los trabajadores no están al día con los avances tecnológicos en el sector automotriz.	Diagnóstico de necesidades de capacitación: Realizar encuestas para identificar las áreas en las que los trabajadores necesitan más formación y ajustar los programas de capacitación en base a estos resultados.	Gerente / Administrador	S/. 150
			Presupuesto limitado, ya que no se destinan fondos suficientes para formación continua.	Calidad inconsistente con el servicio, ya que las reparaciones y trabajos complejos se ven afectados por la falta de formación adecuada.	Fondo anual para formación: Asignar un porcentaje fijo de las ganancias anuales de la empresa para financiar programas de capacitación continua y asegurar que los empleados se mantengan actualizados.		S/. 1,500

			Dependencia de conocimientos previo, pues no se actualizan con las últimas tecnologías o procedimientos del sector.	Aumento de la rotación laboral, ya que los trabajadores pueden buscar otras empresas con mejores oportunidades de capacitación y desarrollo.	Capacitación interna con expertos locales: Contratar a especialistas para impartir talleres sobre las últimas tecnologías y procedimientos en el sector automotriz.		S/. 800
Motivación	El 90% de los trabajadores consideran que algunas veces se siente motivado por los incentivos laborales que recibe	Incentivos no alineados a las necesidades de los trabajadores, es decir que los beneficios ofrecidos no son atractivos.	Bajo compromiso, los empleados no se sentirán incentivados a comprometerse con el cumplimiento de sus tareas.	Rediseño de los incentivos: Ajustar los beneficios para alinearlos con las expectativas y preferencias de los empleados (días libres, premios, etc).	Gerente / Administrador	S/. 300	
		Debido a políticas poco claras, no hay reglas específicas para obtener incentivos.	En consecuencia se da la reducción de esfuerzo, ya que la falta de motivación genera una menor disposición para esforzarse en su trabajo.	Establecimiento de políticas claras de incentivos: Crear un sistema transparente que explique cómo los empleados pueden acceder a los beneficios, como un incentivo por el número de reparaciones cumplidas al mes o al año		S/. 300	
Recompensa	El 70% de los trabajadores consideran que algunas veces la	Presupuesto insuficiente para bonificaciones, ya que no se asignan fondos específicos y suficientes.	Sentimiento de inequidad, ya que los trabajadores perciben que las recompensas y bonificaciones no se dan o no se	Asignación de un fondo específico para bonificaciones : Establecer un presupuesto fijo para recompensas y asegurar su distribución de manera equitativa.	Gerente / Administrador	S/. 1,500	

		empresa recompensa su esfuerzo a través de bonificaciones o incentivos.		distribuyen de manera justa entre ellos.			
			Falta de transparencia, ya que no se comunica cuándo y cómo se entregan los incentivos.	Poca motivación para alcanzar metas: La falta de recompensas claras desincentiva a los empleados a esforzarse por alcanzar objetivos específicos.	Transparencia y comunicados. Establecer un calendario público de entrega de incentivos y comunicar claramente los criterios de elegibilidad sobre cuándo y cómo se distribuyen las recompensas.		No aplica: Publicar un calendario y comunicar criterios es una actividad que no requiere presupuesto.
			Criterios no definidos, pues no hay claridad sobre cómo se mide el desempeño para recibir recompensas.	Desconfianza en la dirección: La opacidad sobre los incentivos genera dudas sobre la equidad en el sistema de recompensas.	Definición de criterios de recompensa claros: Establecer un sistema de medición de desempeño que permita a los empleados conocer qué deben hacer para recibir recompensas.		S/. 100
	Reconocimiento	El 70% de los trabajadores consideran que muy pocas veces recibe el reconocimiento adecuado	Cultura de reconocimiento débil, ya que no hay costumbre de destacar los logros.	Baja moral, ya que la falta de reconocimiento hace que los empleados se sientan poco valorados.	Fomento de la cultura de reconocimiento: Crear un ambiente donde se reconozcan y celebren regularmente los logros de los trabajadores. Enviar correos de felicitación o mensajes por WhatsApp por logros alcanzados.	Gerente / Administrador	No aplica: Cambiar la cultura organizacional puede hacerse a través de acciones de liderazgo sin inversión monetaria.

		por tu trabajo y logros en la empresa.	Falta de tiempo, porque los jefes priorizan tareas operativas sobre el reconocimiento.	Disminución del rendimiento de los trabajadores al no ser reconocidos, los empleados pierden el interés en hacer un esfuerzo adicional.	Implementación de un sistema de premios mensuales: Crear un reconocimiento público, como Empleado del mes, para premiar los logros más destacados.		S/. 500
Atención al Cliente	Interés en solucionar Problemas	El 83% de los clientes consideran que algunas veces el personal muestra interés en solucionar problemas o inquietudes.	Falta de autonomía, ya que el personal no tiene capacidad de tomar decisiones rápidas.	Clientes insatisfechos, ya que el cliente percibe falta de compromiso.	Capacitación en resolución de problemas y gestión de conflictos: Impartir talleres para entrenar al personal en técnicas efectivas para gestionar quejas y encontrar soluciones rápidas.	Gerente / Administrador	S/200
			Inadecuada capacitación, falta de entrenamiento en gestión de conflictos.	Pérdida de lealtad, clientes deciden no regresar.	Protocolos de acción rápida: Crear guías con pasos claros para resolver problemas sin consultar a superiores, siempre que no excedan ciertos límites.		No aplica: Esta guía puede desarrollarse internamente sin costos.
			Carga laboral alta, el personal está sobrecargado, lo que afecta su actitud ante los problemas.	Reclamos frecuentes, aumentan quejas por deficiencias en la atención.	Distribución equitativa del trabajo: Revisar la carga laboral semanalmente para evitar sobrecarga.		No aplica: Esta revisión es parte de la gestión diaria sin necesidad de inversión.
	Confianza	El 83% de los clientes consideran que algunas veces siente	Rotación frecuente del personal, ya que los clientes no reconocen rostros familiares.	Pérdida de clientes, se reduce la fidelización.	Programa de formación continua en conocimientos técnicos: Actualizar al personal en los servicios más solicitados para transmitir seguridad.	Gerente / Administrador	S/200

		confianza al interactuar con el personal.	Falta de conocimiento técnico, el personal no responde con seguridad sobre los servicios ofrecidos.	Reputación afectada, los clientes comentan negativamente en su entorno, y generan que no vengán más clientes por fidelizar.	Estrategia de fidelización: Fomentar relaciones a largo plazo con clientes frecuentes mediante descuentos exclusivos, contando con una base de datos más amplia.		S/500
			Errores en la atención, fallos en la entrega o facturación generan desconfianza.	Mayor tiempo en resolución de problemas, el cliente verifica repetidamente el trabajo con desconfianza.	Mejorar la precisión en la atención: Implementar listas de control para evitar errores en facturación o entrega, es decir tener precios establecidos para reparaciones o productos comunes.		S/100
	Tiempo de atención	El 78% de los clientes consideran que algunas veces recibe una atención rápida y eficiente.	Procesos manuales lentos, no hay automatización en la facturación ni asignación de tareas.	Clientes impacientes, aumentan quejas por demoras.	Automatización parcial de procesos: Utilizar software sencillo para registro y facturación rápida.	Gerente / Administrador	S/300
			Demoras en la coordinación interna, falta de comunicación eficiente entre áreas.	Afectación en la calidad del servicio, as prisas causan errores.	Establecimiento de roles dinámicos: Asignar funciones específicas al personal según la afluencia de clientes.		No aplica: Esta asignación de roles puede hacerse sin costos adicionales.
			Sobrecarga de clientes en horas de atención, no hay planificación para	Competitividad, otros negocios más rápidos captan a los clientes.	Implementación de un sistema de turnos en horas pico: Asignar un responsable para controlar la cantidad de clientes		No aplica: Esta medida se puede implementar sin

			momentos de alta demanda.		atendidos en momentos de alta demanda.		necesidad de inversión.
Cortesía	El 44% de los clientes consideran que a veces el personal es cortés en el trato al cliente.	Falta de formación en habilidades blandas, el personal no ha recibido entrenamiento en atención al cliente.	Experiencia negativa, los clientes se sienten mal tratados.	Entrenamiento en habilidades blandas y atención al cliente: Realizar talleres sobre trato cordial, escucha activa y lenguaje positivo.	Gerente / Administrador	S/300	
		Estrés laboral, la carga emocional afecta la actitud hacia los clientes.	Impacto en la reputación, mala imagen ante futuros clientes.	Sistema de incentivos por buen trato: Crear un esquema de reconocimiento mensual para quienes mantengan altos niveles de cortesía.		S/ 100	
		Ausencia de supervisión, no se monitorea el trato hacia los clientes.	Aumento de conflictos, las quejas por maltrato se vuelven más frecuentes.	Supervisión ocasional con feedback inmediato: El jefe del taller monitoreará interacciones y dará sugerencias de mejora.		No aplica: Esto forma parte del trabajo del supervisor y no requiere presupuesto.	
Comunicación fluida	El 81% de los clientes consideran que algunas veces la comunicación con el personal es fluida.	Mensajes confusos, el personal no comunica claramente los procesos al cliente.	Malentendidos, el cliente no comprende los tiempos o condiciones del servicio.	Elaboración de guías de comunicación: Crear un manual con frases clave para explicar servicios y resolver preguntas comunes.	Gerente / Administrador	No aplica: Puede hacerse internamente sin costo.	
		Falta de entrenamiento, el personal no sabe cómo gestionar preguntas frecuentes.	Se repiten tareas por falta de claridad.	Feedback regular sobre la claridad en las interacciones: Supervisores revisarán ejemplos de conversación y ofrecerán sugerencias.		No aplica: Parte de las funciones del supervisor, sin costo adicional.	

			Barrera en lenguaje técnico, se usan términos que los clientes no entienden.	Clientes frustrados, aumentan quejas por confusión.	Uso de lenguaje claro y accesible: Capacitar al personal para evitar jergas o tecnicismos innecesarios.		S/ 200
Comunicación oportuna	El 78% de los clientes consideran que algunas veces recibe información oportuna sobre el servicio o producto solicitado.	Demoras en el seguimiento, no se contacta al cliente a tiempo.	Cientes desinformados, el cliente siente incertidumbre sobre el estado de su servicio.	Implementación de recordatorios automáticos: Enviar mensajes de texto para informar al cliente sobre el estado de su servicio.	Gerente / Administrador	S/100	
		Falta de sistemas de notificación, no se informa sobre el progreso del trabajo.	Retrasos en la entrega, el cliente no está preparado para recibir el producto.	Establecimiento de plazos internos de seguimiento: Definir tiempos específicos para contactar a los clientes según el avance del trabajo.		S/ 200	
		Desorganización interna, falta un sistema claro para compartir información entre personal.	Pérdida de clientes, el cliente busca alternativas más informativas.	Coordinación diaria entre áreas: Organizar reuniones breves para actualizar al equipo sobre el progreso de cada servicio.		No aplica: Esta coordinación puede realizarse sin costo.	
Comunicación digital	El 75% de los clientes consideran que muy pocas veces le ofrecen opciones de comunicación digital para realizar	Falta de presencia en plataformas digitales, no se utilizan canales como WhatsApp o redes sociales.	Menor accesibilidad, el cliente debe acudir físicamente para resolver dudas.	Creación de un canal de WhatsApp: Ofrecer atención rápida mediante mensajes y consultas en línea.	Gerente / Administrador	S/ 200	
		Limitaciones tecnológicas, el personal no está capacitado en el uso	Desventaja ante la competencia, otras empresas ofrecen atención más ágil.	Entrenamiento en herramientas digitales: Capacitar al personal en el uso de WhatsApp y redes sociales.		S/100	

		consultas o resolver problemas.	de herramientas digitales.				
			Falta de promoción, los clientes desconocen las vías de contacto disponibles.	Baja satisfacción del cliente, el cliente se siente desatendido.	Promoción de los canales digitales: Informar a los clientes sobre las opciones de contacto disponibles mediante folletos o anuncios en la tienda		S/200
Calidad del servicio	El 55% de los clientes consideran que casi siempre que la calidad del servicio recibido es alta.	Falta de estándares de calidad, no hay protocolos claros para asegurar la calidad del servicio.		Clientes insatisfechos, se traduce en quejas frecuentes.	Establecimiento de un sistema de control de calidad: Definir y documentar procedimientos de calidad que todos los empleados deben seguir.	Gerente / Administrador	No aplica: Esta documentación puede realizarse internamente sin costos.
		Capacitación inadecuada, el personal no está bien entrenado para realizar tareas específicas.		Reputación afectada, menor satisfacción y recomendación del servicio.	Capacitación regular del personal: Ofrecer cursos periódicos sobre estándares de calidad y procedimientos internos.		S/ 200
		Falta de supervisión, no se monitorea la calidad del servicio entregado.		Pérdida de ingresos, menor número de clientes repetitivos.	Revisión mensual de la calidad del servicio: Realizar auditorías internas mensuales para identificar y corregir deficiencias.		S/100

	Cumplimiento de expectativas	El 58% de los clientes consideran que casi siempre el servicio cumple con sus expectativas	Falta de comunicación clara sobre servicios, no se establecen expectativas adecuadas desde el inicio.	Desconfianza en la empresa, el cliente se siente decepcionado.	Encuestas para establecer expectativas claras con los clientes: para conocer sobre los procesos y resultados esperados de los servicios.	Gerente / Administrador	S/200
			Inconsistencia en el servicio, los resultados del servicio varían según el personal que atiende.	Reclamaciones constantes, los clientes exigen soluciones y compensaciones.	Registro de opiniones y sugerencias de los clientes: Crear un sistema de encuestas al finalizar el servicio para obtener retroalimentación.		S/100
			Falta de retroalimentación del cliente, no se recopilan opiniones para mejorar el servicio.	Dificultad para captar nuevos clientes, la mala reputación afecta la captación de nuevos clientes.	Análisis de la retroalimentación y ajuste de servicios: Revisar los comentarios y realizar ajustes necesarios en los servicios ofrecidos.		S/ 100
			Total				

V. Discusión

Objetivo específico 1. Identificar las características de las condiciones laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

El ambiente laboral es adecuado para realizar actividades de manera eficiente:

El 80% de los trabajadores indican que algunas veces el ambiente laboral es adecuado para realizar sus actividades de manera eficiente (Tabla 1). Este resultado contrasta con lo encontrado en la investigación de Flores (2022) en su tesis titulada: *La Motivación para Mejorar el Desempeño Laboral de los Colaboradores de la Empresa Transporte y Comercio Flores S.R.L., en la Provincia de Huari, 2022*, donde encontró que el 42.86% de los trabajadores consideraron que el ambiente laboral no fomenta adecuadamente la motivación. De igual manera, contrasta con lo encontrado por Santamaría (2020) en su tesis titulada *Incidencia del clima organizacional en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Datapro S.A.*, señala que el 81.10% de los trabajadores estuvieron de acuerdo con el ambiente laboral, lo que favorece su desempeño. Esto se fundamenta por la información presentada por Irving y Palacios (2021) en su artículo *Un acercamiento teórico del desempeño laboral*, este involucra tanto las condiciones físicas como las relaciones interpersonales dentro de la organización. Un ambiente de trabajo positivo fomenta la colaboración, la motivación y la satisfacción de los empleados, contribuyendo directamente a una mayor eficiencia y productividad. Por otro lado, un entorno laboral desfavorable puede generar estrés, desmotivación y conflictos, afectando negativamente el desempeño de los trabajadores. Esto demuestra que existen momentos en que las condiciones no son óptimas, lo que podría estar vinculado a factores fluctuantes como la carga de trabajo o las condiciones físicas del lugar. Un ambiente laboral adecuado es fundamental para que los empleados puedan desempeñar sus actividades eficientemente; sin embargo, si este solo es percibido como adecuado en ciertas ocasiones, refleja una posible inestabilidad en las condiciones, que podría estar relacionada con una falta de recursos o problemas de gestión del entorno. Esto puede generar desmotivación y afectar la productividad del personal, dado que un ambiente inconsistente provoca que los trabajadores no siempre cuenten con las condiciones necesarias para desempeñarse de manera óptima. Por lo tanto, la empresa debe evaluar las situaciones que provocan este desajuste en el ambiente laboral y buscar soluciones que garanticen que las condiciones sean siempre favorables, con el fin de mejorar la eficiencia operativa y el bienestar de los empleados.

Dispone de los recursos y herramientas necesarios para llevar a cabo el trabajo de manera eficaz: El 50% de los trabajadores indica que casi siempre cuentan con los recursos y herramientas necesarios para realizar su trabajo de manera eficaz (Tabla 1). Este resultado coincide parcialmente con lo encontrado por Jamanca (2023) en su tesis titulada *Gestión de calidad para mejorar el desempeño laboral en la empresa de Transportes Turismo Gian Oscar, provincia de Huaraz 2023*, donde el 52% de los trabajadores considera que la empresa casi siempre proporciona herramientas y recursos adecuados para realizar el trabajo. Por otro lado, contrasta con el estudio de Santamaría (2020) titulado *Incidencia del clima organizacional en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Datapro S.A.*, donde encontró que el 67.90% de los trabajadores indicaron estar en desacuerdo con el estado de los recursos disponibles. Esto se fundamenta con la información del artículo de Geraldo (2022) *Validación de la escala desempeño laboral individual en colaboradores peruanos*, señala que la disponibilidad de recursos y herramientas adecuados es esencial para que los empleados puedan realizar sus tareas de manera eficaz. La falta de estos elementos puede restringir la capacidad de los trabajadores para desempeñarse óptimamente, lo que subraya la importancia de que las organizaciones brinden las herramientas necesarias para maximizar la productividad y asegurar un alto nivel de desempeño. Esto demuestra, que el disponer de los recursos y herramientas adecuados es un aspecto fundamental en cualquier tipo de empresa, ya que estos elementos permiten que las tareas se realicen con mayor rapidez y precisión. La falta de estos puede generar una sensación de frustración entre los trabajadores, quienes se ven obligados a improvisar o a realizar sus labores sin los implementos adecuados, lo que puede disminuir la calidad del trabajo y aumentar el riesgo de errores. Además, esta falta de recursos puede ser una causa directa de la disminución de la motivación laboral, ya que los empleados pueden sentir que no están siendo apoyados adecuadamente por la empresa. La falta de herramientas y recursos puede estar relacionada con una gestión ineficaz de los inventarios, un presupuesto limitado o una distribución inadecuada de los recursos. Esto puede afectar no solo el desempeño individual de los trabajadores, sino también la eficiencia general de la empresa, especialmente en áreas críticas como el mantenimiento y la reparación de vehículos, donde la precisión y la disponibilidad de las herramientas son esenciales. Para abordar este problema, la empresa debe realizar un análisis detallado de las necesidades de recursos y

herramientas de cada área de trabajo y asegurar una distribución equitativa y constante de los mismos.

Objetivo específico 2. Definir las características de la evaluación del desempeño en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Se realizan evaluaciones de su rendimiento laboral: El 100% de los trabajadores indica que muy pocas veces se realizan evaluaciones de su rendimiento laboral (Tabla 2). Este resultado contrasta con lo encontrado por Fernández (2022) en su estudio titulado *Importancia del Feedback para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores en la empresa constructora Inversiones Dfer E.I.R.L en Pichanaki, 2022*, donde el 37.5% de los trabajadores estuvieron en desacuerdo con la efectividad de la evaluación del desempeño laboral. También contrasta con lo encontrado por Jamanca (2023) en su tesis titulada *Gestión de calidad para mejorar el desempeño laboral en la empresa de Transportes Turismo Gian Oscar, provincia de Huaraz 2023*, donde señala que el 68% de los trabajadores considera que el rendimiento laboral es evaluado de manera justa y objetiva. Esto se fundamenta según la información de Mori y Bardales (2020) en su artículo *Gestión del talento humano en el desempeño laboral*, donde señala que la evaluación del desempeño laboral o la evaluación periódica del rendimiento es fundamental para identificar fortalezas y áreas de mejora, proporcionando a los empleados una guía clara sobre cómo ajustar su desempeño y alcanzar los objetivos de la organización. La falta de evaluaciones impide que los empleados reciban esta retroalimentación crucial, lo que a su vez puede limitar su crecimiento y el desempeño general de la empresa. Esto demuestra que las evaluaciones de desempeño son esenciales ya que permiten tanto a los empleados como a la empresa identificar las fortalezas y áreas de mejora. Al no contar con un sistema regular de evaluación, los trabajadores están en una situación de incertidumbre sobre sus logros y las expectativas que se tienen de ellos. Esto puede generar una serie de problemas, como la falta de motivación para mejorar o la incapacidad de reconocer oportunidades de desarrollo. En muchas empresas, las evaluaciones de rendimiento no solo sirven para identificar deficiencias, sino también para reforzar las conductas positivas y recompensar el esfuerzo, lo que contribuye a una mayor satisfacción laboral y, a su vez, a un mejor desempeño. La ausencia de evaluaciones regulares puede estar afectando directamente la calidad del servicio que se ofrece, ya que los empleados no cuentan con una retroalimentación clara que les permita mejorar continuamente. Sin una revisión periódica de su trabajo, no es posible medir de manera

efectiva si están cumpliendo con los estándares de la empresa o si requieren apoyo adicional para enfrentar desafíos específicos. Esta situación también puede provocar que los empleados perciban una falta de interés por parte de la dirección en su crecimiento profesional, lo que lleva a un ambiente de trabajo donde no se fomenta el progreso ni el compromiso a largo plazo. Implementar evaluaciones de desempeño de manera regular ayudaría a la empresa a identificar rápidamente las áreas donde se necesita intervención, ya sea mediante capacitación o ajustes en la asignación de tareas, lo que mejoraría tanto el rendimiento individual como el colectivo.

Recibe capacitación para mejorar sus habilidades laborales: El 100% de los trabajadores indica que muy pocas veces recibe capacitación para mejorar sus habilidades laborales (Tabla 2). Este resultado contrasta con lo observado en la investigación de Villavicencio (2022) en su tesis *Propuesta de Mejora en la Motivación del Personal y su Desempeño Laboral en la Empresa Servicios Múltiples E Cescar's E.I.R.L, Distrito Chimbote, 2022*, donde el 57.14% de los trabajadores mencionó que a veces reciben capacitación por parte de sus superiores. Asimismo, contrasta con lo señalado por Espinoza (2022) en su estudio *Capacitación para mejorar el desempeño laboral de la microempresa rubro restaurante: Sabores de Casa en la ciudad de Huaraz, 2022*, donde el 66.7% de los trabajadores afirmó que siempre se promueve el desarrollo de nuevas habilidades a través de la capacitación. Esto se fundamenta con la información de Sierra (2022) en su artículo *Gestión del talento humano como estrategia para el óptimo desempeño laboral*, donde señala que la capacitación es un elemento clave para asegurar que los empleados estén actualizados con las nuevas competencias y tecnologías necesarias para un rendimiento eficiente. La ausencia de programas de capacitación no solo impide que los empleados mejoren sus habilidades, sino que también afecta su motivación, compromiso y capacidad de adaptación a las demandas del entorno laboral. Esto demuestra que la falta de capacitación, puede llevar a un estancamiento en las habilidades de los trabajadores, reduciendo su capacidad de adaptación a los cambios y dificultando la mejora continua del servicio. En un entorno tan competitivo como el sector de mantenimiento y reparación de vehículos, es crucial que los empleados tengan acceso a formación constante para perfeccionar sus habilidades y mantenerse a la par de los avances del mercado. La empresa debería considerar la implementación de programas de capacitación periódicos para mejorar las competencias de su personal. Estos programas no solo aumentarían la eficiencia

operativa, sino que también elevarían la moral de los empleados al demostrar que la empresa invierte en su desarrollo profesional. Además, la capacitación ofrece beneficios directos para la empresa, ya que los empleados mejor capacitados son capaces de solucionar problemas más rápidamente, brindar un mejor servicio al cliente y realizar tareas más complejas con mayor precisión. Si la empresa no toma medidas en este aspecto, corre el riesgo de quedarse rezagada frente a la competencia y de enfrentar mayores dificultades para retener a su personal más valioso, quienes podrían buscar oportunidades de crecimiento en otras empresas que sí ofrezcan este tipo de formación.

Objetivo específico 3. Describir las características de los incentivos laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

Se siente motivado por los incentivos laborales que recibe: El 90% de los trabajadores indica que algunas veces se siente motivado por los incentivos laborales que recibe (Tabla 3). Este resultado contrasta con lo encontrado por Flores (2022) en su tesis titulada *La Motivación para Mejorar el Desempeño Laboral de los Colaboradores de la Empresa Transporte y Comercio Flores S.R.L., en la Provincia de Huari, 2022*, donde el 57.14% de los trabajadores indicaron que casi nunca reciben incentivos por su rendimiento, lo que afecta su motivación. Asimismo, contrasta con lo encontrado por Villavicencio (2022) quien en su estudio *Propuesta de Mejora en la Motivación del Personal y su Desempeño Laboral en la Empresa Servicios Múltiples E Cescar's E.I.R.L, Distrito Chimbote, 2022.*, donde el 42.86% de los trabajadores señalaron que a veces reciben incentivos. Esto se fundamenta con la información del artículo de Bautista y Cienfuegos (2020) *El desempeño laboral desde una perspectiva teórica*, donde señala que la motivación es como la fuerza que dirige el comportamiento de los empleados hacia el logro de objetivos. Esta fuerza puede relacionarse tanto con necesidades básicas, como un salario justo e incentivos. Empleados motivados suelen ser más productivos y creativos. Estrategias efectivas para fomentar la motivación incluyen sistemas de recompensa y un ambiente colaborativo que ofrezca oportunidades de crecimiento. Esto demuestra que los incentivos laborales juegan un papel crucial en la motivación de los trabajadores, ya que son una forma tangible de reconocimiento por su esfuerzo y desempeño. En este caso, la motivación derivada de los incentivos no parece ser suficiente para generar un alto nivel de compromiso continuo por parte de los empleados. Esto podría deberse a que los incentivos no son percibidos como justos o adecuados en relación con el trabajo realizado, o bien a que no se otorgan de manera

regular. Para que los incentivos sean efectivos, deben ser otorgados con claridad y frecuencia, y estar alineados con el desempeño individual y colectivo.

La empresa recompensa su esfuerzo a través de bonificaciones o incentivos: El 70% de los trabajadores indica que algunas veces la empresa recompensa su esfuerzo a través de bonificaciones o incentivos (Tabla 3). Este resultado coincide parcialmente con lo encontrado por Villavicencio (2022) quien en su estudio *Propuesta de Mejora en la Motivación del Personal y su Desempeño Laboral en la Empresa Servicios Múltiples E Cescar's E.I.R.L, Distrito Chimbote, 2022*, donde el 71.43% de los trabajadores mencionaron que a veces reciben bonificación adicional cuando alcanzan sus metas, lo que refleja una tendencia similar en la percepción de los empleados sobre la irregularidad en la entrega de incentivos. Por otro lado, contrasta con lo encontrado por Flores (2022) en su tesis titulada *La Motivación para Mejorar el Desempeño Laboral de los Colaboradores de la Empresa Transporte y Comercio Flores S.R.L., en la Provincia de Huari, 2022*, donde el 71.43% de los trabajadores señalaron que nunca reciben bonificaciones por el logro de objetivos, lo que podría desincentivar el desempeño óptimo. Esto se fundamenta con la información de Geraldo (2022) en su artículo *Validación de la escala desempeño laboral individual en colaboradores peruanos*, donde señala que las recompensas pueden ser tanto tangibles (bonificaciones y aumentos salariales) como intangibles (reconocimiento público). Estas recompensas buscan reforzar comportamientos positivos y motivar a los empleados a mantener altos estándares de rendimiento. Un sistema de recompensas bien estructurado no solo mejora la moral de los empleados, sino que también contribuye a una cultura de excelencia en la organización. Esto demuestra que las bonificaciones y otros incentivos son una manera eficaz de reconocer el esfuerzo adicional de los trabajadores, pero si estas recompensas no se distribuyen de manera consistente o no están bien definidas, pueden tener el efecto contrario al deseado. En este caso, los empleados pueden sentir que sus esfuerzos no son debidamente reconocidos, lo que puede generar frustración y desmotivación. Además, la falta de claridad en los criterios para otorgar bonificaciones puede provocar que los trabajadores no sepan exactamente qué deben hacer para obtenerlas, lo que a su vez reduce su compromiso con la empresa. Un sistema de incentivos transparente y equitativo es fundamental para mantener altos niveles de motivación y rendimiento en cualquier organización. Para mejorar esta situación, la empresa debería implementar un sistema de bonificaciones basado en criterios claros y objetivos, donde los trabajadores sepan con

certeza qué se espera de ellos para ser recompensados. Esto no solo aumentaría la motivación, sino que también fomentaría una cultura de alto desempeño, en la que los empleados se esfuercen constantemente por alcanzar los objetivos de la empresa. Además, es importante que la empresa revise la frecuencia y el valor de las bonificaciones para asegurarse de que sean suficientes y relevantes para los trabajadores. Un programa de incentivos bien estructurado puede aumentar significativamente el compromiso y la productividad, lo que a su vez se traduciría en una mejor calidad de servicio y una mayor satisfacción del cliente.

Recibe el reconocimiento adecuado por tu trabajo y logros en la empresa: El 70% de los trabajadores indica que muy pocas veces recibe el reconocimiento adecuado por su trabajo y logros (Tabla 3). Este resultado contrasta con lo encontrado por Flores (2022) en su tesis titulada *La Motivación para Mejorar el Desempeño Laboral de los Colaboradores de la Empresa Transporte y Comercio Flores S.R.L., en la Provincia de Huari, 2022*, donde el 42.86% de los trabajadores manifestó que casi nunca reciben reconocimiento por sus logros, lo que sugiere una falta de valoración del esfuerzo laboral. De igual manera, contrasta con lo encontrado por Santamaría (2020) en su estudio titulado *Incidencia del clima organizacional en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Datapro S.A.*, donde un 62.30% de los trabajadores señalaron estar en desacuerdo con la asignación de premios por reconocimiento de desempeño. Esto se fundamentó según la información de Mori y Bardales (2020) en su artículo *Gestión del talento humano en el desempeño laboral*, donde señala que el reconocimiento laboral es fundamental para el desempeño, ya que implica valorar públicamente los logros y esfuerzos de los empleados. Este reconocimiento puede manifestarse en elogios verbales, menciones en reuniones o certificados de mérito, lo cual refuerza el compromiso del empleado. Reconocer los esfuerzos no solo incentiva el buen desempeño, sino que también crea un ambiente colaborativo. Esto demuestra que cuando los trabajadores sienten que su esfuerzo y logros no son valorados, es probable que disminuya su nivel de compromiso y su deseo de seguir esforzándose. Esto no solo impacta negativamente en su rendimiento individual, sino que también afecta el ambiente laboral en general. Un entorno donde no se reconoce el trabajo bien hecho puede generar una sensación de desinterés por parte de la dirección y promover una cultura de apatía, donde los empleados no se sienten incentivados a dar lo mejor de sí mismos. En contraste, cuando los trabajadores reciben el reconocimiento adecuado, no solo

se refuerzan los comportamientos positivos, sino que también se fortalece la lealtad hacia la empresa y se fomenta un clima de trabajo positivo y colaborativo. La Empresa debe implementar estrategias para mejorar el reconocimiento de los logros de sus empleados. Esto no necesariamente implica grandes inversiones, ya que el reconocimiento puede ser tan simple como un agradecimiento público, un correo de felicitación, o incluso una ceremonia mensual de premios para destacar el esfuerzo de los empleados más sobresalientes. Reconocer el trabajo bien hecho de manera regular no solo incrementará la motivación de los empleados, sino que también mejorará el ambiente laboral y promoverá una cultura organizacional más positiva.

Objetivo específico 4. Definir las características de la empatía con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

El personal muestra interés en solucionar problemas o inquietudes: El 83% de los clientes indicaron que solo algunas veces el personal muestra interés en resolver problemas o inquietudes de los clientes (Tabla 4). Este resultado contrasta con lo encontrado por Condori (2021) en su estudio titulado *Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores: Caso Grupo Loayza, Distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2021*, donde el 75% de los clientes señalaron que los trabajadores nunca muestran interés en resolver sus problemas. El resultado también contrasta con la investigación de Vargas (2020) en su investigación *Desarrollo de un modelo para la mejora continua en la calidad de los servicios de atención al cliente de los cinemas de Cine Colombia en Bogotá, 2020*, donde el 70% de los clientes valoró positivamente la disposición del personal para ayudar a solucionar sus problemas. Esto se fundamenta con la información de Sánchez y Navarro (2020) de su libro *Comunicación y atención al cliente*, resalta como la disposición de los empleados para abordar y resolver las inquietudes de los clientes es muy importante en todo negocio. Este interés implica reconocer el problema y actuar proactivamente para encontrar soluciones efectivas, asegurando que los clientes reciban respuestas rápidas y adecuadas a sus necesidades. La actitud proactiva de los empleados es fundamental para mantener la satisfacción del cliente y fortalecer las relaciones entre la empresa y su clientela. Esto demuestra que la falta de consistencia en el servicio, lo que podría estar ocurriendo debido a una inadecuada capacitación del personal en gestión de conflictos o una falta de motivación para enfocarse en las necesidades del cliente. Esta situación genera una atención inconstante,

lo que repercute en la satisfacción general de los clientes, quienes no perciben un interés continuo en la solución de sus inquietudes. Si la empresa no interviene con estrategias claras, como la implementación de capacitaciones periódicas o la mejora en las condiciones laborales, esta tendencia podría empeorar, afectando la retención de clientes a largo plazo. Además, la gestión interna del taller debe evaluar si el personal cuenta con los recursos necesarios para solucionar problemas con eficacia. De no ser así, es posible que los trabajadores estén limitados en su capacidad de actuar y de proporcionar soluciones rápidas a los clientes. Por tanto, una revisión profunda del sistema de incentivos y el seguimiento de indicadores de atención podrían ser cruciales para garantizar una mejora en este aspecto.

Siente confianza al interactuar con el personal: El 83% de los clientes encuestados mencionó que solo algunas veces sienten confianza al interactuar con el personal (Tabla 4). Este resultado contrasta con lo encontrado por Ugalde (2020) en su estudio titulado *Atención al Cliente en la microempresa 'El Baratazo', en la Provincia de Esmeraldas, 2020*, donde el 53.5% de los clientes afirmó que confía plenamente en el personal de la empresa. Asimismo, este resultado contrasta con la investigación de Condori (2021) titulada *Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores: Caso Grupo Loayza, Distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2021*, donde el 66.7% de los clientes mencionaron que solo a veces sienten confianza en los trabajadores de las empresas. Esto se fundamenta con la información de Navarrete (2021) en su artículo *Calidad: un nuevo enfoque conceptual y definiciones*, donde explica que la confianza se refiere a la seguridad y credibilidad que los clientes perciben hacia la empresa y sus empleados. Se construye a través de experiencias positivas y consistentes, así como de la transparencia en la comunicación y el cumplimiento de promesas. Una alta confianza puede llevar a una mayor lealtad y recomendaciones positivas, impactando favorablemente la reputación y el éxito a largo plazo de la empresa. Esto demuestra que la falta de confianza percibida por los clientes de la empresa podría estar relacionada con la falta de comunicación efectiva y profesionalismo del personal durante la interacción con los clientes. Esto puede estar influenciado por la falta de protocolos claros de atención y un enfoque limitado en la formación en habilidades interpersonales, lo cual genera una barrera en la creación de relaciones de confianza. Además, la rotación de personal o la falta de un equipo consolidado y estable podría contribuir a que los clientes no establezcan relaciones duraderas, afectando

negativamente su percepción de confianza. Para superar este obstáculo, la empresa debe enfocarse en fortalecer la comunicación y profesionalismo de su personal, a través de capacitaciones especializadas y la creación de un entorno laboral donde se valoren y fomenten las habilidades de atención al cliente. Esto no solo mejoraría la confianza de los clientes, sino que también permitiría una relación más sólida y duradera con ellos, aumentando su lealtad y satisfacción general.

Recibe una atención rápida y eficiente: El 78% de los clientes indicaron que solo algunas veces reciben una atención rápida y eficiente (Tabla 4). Este resultado contrasta con lo encontrado por Reyna (2022) en su tesis titulada *La Atención al Cliente en el 'Restaurante D' Fernando' del complejo Las Palmas, Ciudad Esmeraldas, 2022.*, donde el 45% de los clientes valoró positivamente la rapidez con la que se atienden sus pedidos. Por otro lado, contrasta con lo encontrado por Lino (2021) en su tesis *Propuestas de mejora de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: caso peluquería unisex Elis de la ciudad de Huaraz, 202*, donde encontró que el 65% de los clientes consideraban los tiempos de espera adecuados, lo cual contrasta con los resultados obtenidos en nuestra investigación. Esto se fundamenta con la información de Bengoechea (2022) en su artículo *Servicio de atención al cliente: definición, tipos y mejores herramientas*, donde enfatiza que un tiempo de atención eficiente influye en la percepción del servicio. Los clientes valoran la rapidez en la resolución de sus problemas, y una reducción en este tiempo puede incrementar la satisfacción y lealtad, mientras que tiempos prolongados pueden resultar en frustración y desconfianza. Esto demuestra que la falta de rapidez y eficiencia en la atención podría estar relacionada con la gestión interna del taller y la falta de optimización de los recursos. Si bien algunos clientes perciben que la atención es rápida en ciertas ocasiones, la falta de consistencia refleja problemas en la organización del trabajo y la distribución de tareas. Esto podría estar vinculado con la falta de personal adecuado para la cantidad de clientes que reciben, o con un mal manejo de los tiempos de espera y ejecución de los trabajos. Implementar mejoras en la planificación interna, como el uso de sistemas automatizados de gestión de servicios, podría ayudar a la empresa a distribuir mejor las tareas y reducir los tiempos de espera para los clientes. No abordar estos problemas a tiempo podría derivar en una mayor insatisfacción, lo cual afectaría negativamente la percepción de la empresa en el competitivo sector de mantenimiento automotriz. Asimismo,

la falta de atención eficiente puede llevar a la pérdida de clientes recurrentes, que podrían optar por otras alternativas en el mercado que ofrezcan servicios más ágiles.

El personal es cortés en el trato al cliente: El 44% de los encuestados indicaron que a veces el personal es cortés en el trato al cliente (Tabla 4). Este resultado contrasta con el estudio de Ugalde (2020) en su investigación *Atención al Cliente en la microempresa 'El Baratazo', en la Provincia de Esmeraldas, 2020*, donde el 39% de los clientes expresó que son atendidos con cortesía. También contrasta con el estudio de Condori (2021) titulada *Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores: Caso Grupo Loayza, Distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2021*, donde el 83.3% de los clientes afirmaron que los trabajadores a veces atienden de manera cortés. Esto se fundamenta con la información de Zavala et al. (2021) en su artículo *Calidad de servicio y su relación con la fidelización de los clientes*, indica que la cortesía es esencial para establecer relaciones positivas y construir una buena reputación empresarial. Tratar a los clientes con respeto y consideración influye significativamente en su percepción de la empresa, y la implementación de prácticas corteses puede resultar en mayor satisfacción y una mejor imagen corporativa. Esto demuestra que la cortesía del personal, aunque positiva en algunas ocasiones, aún no es lo suficientemente consistente para generar una satisfacción generalizada. La cortesía y el trato amable son factores clave en la fidelización de los clientes, especialmente en empresas de servicios donde el contacto humano es frecuente. En este caso, la inconsistencia podría deberse a la falta de capacitación regular en habilidades blandas o a la poca supervisión de las interacciones entre el personal y los clientes. Para que la empresa pueda mejorar este aspecto, es esencial que implemente políticas claras de atención al cliente y sesiones de capacitación que promuevan el trato cortés como un estándar, no como una excepción. Además, establecer un sistema de retroalimentación donde los clientes puedan evaluar la amabilidad del personal puede ayudar a identificar áreas de mejora y asegurar que todos los empleados comprendan la importancia de la cortesía en cada interacción. Si no se toman medidas en este sentido, la empresa podría correr el riesgo de que los clientes perciban el trato como indiferente o poco profesional, lo que afectaría negativamente su reputación y reduciría la lealtad de los clientes a largo plazo.

Objetivo específico 5. Describir las características de la comunicación con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

La comunicación con el personal es fluida: El 81% de los clientes consideran que solo algunas veces la comunicación con el personal es fluida (Tabla 5). Este resultado contrasta con lo encontrado por Condori (2021) titulada *Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores: Caso Grupo Loayza, Distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2021*, donde el 50% de los clientes que la comunicación con el personal es fluida. De igual manera, contrasta con el estudio de Flores (2024) en su tesis *Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de la calidad en la pequeña empresa Restaurante El Doradito a la Leña S.A.C, distrito de Huaraz, 2024*, donde el 30% de los clientes señala que siempre la comunicación es fluida durante la atención. Esto se fundamenta según la información de Gómez (2023) en su libro *Gestión de la atención al cliente/consumidor*, donde señala que la comunicación fluida es esencial en la atención al cliente, y se define como la habilidad para transmitir información de manera clara y continua, sin interrupciones ni malentendidos. Esta fluidez implica que tanto el cliente como el representante de servicio estén en sintonía sobre los temas discutidos, lo que facilita interacciones efectivas y elimina barreras en la comunicación. Esta claridad en la comunicación contribuye a resolver consultas y problemas de manera eficiente, mejorando así la experiencia del cliente y evitando confusiones. Este caso demuestra que la falta de una comunicación fluida podría deberse a la ausencia de un protocolo de comunicación estandarizado entre el personal y los clientes. En una empresa la comunicación efectiva es esencial para mantener la satisfacción del cliente. Si los clientes sienten que no pueden comunicarse fácilmente con el personal, esto podría generar frustración y desconfianza, afectando negativamente su experiencia. Además, la ineficiencia en la comunicación podría ser el resultado de una sobrecarga de tareas o una falta de herramientas adecuadas que faciliten el intercambio de información entre clientes y trabajadores. Para mejorar este aspecto, sería fundamental implementar capacitaciones enfocadas en habilidades de comunicación y establecer canales más eficientes, como líneas directas o plataformas de comunicación interna. De no abordar este problema, la empresa podría perder clientes, ya que una mala comunicación es uno de los principales factores que impulsan a los consumidores a buscar otras opciones en el mercado.

Recibe información oportuna sobre el servicio o producto solicitado: El 78% de los clientes consideran que solo algunas veces reciben información oportuna sobre el servicio o producto solicitado (Tabla 5). Este resultado contrasta con lo encontrado por Granados (2024) en su tesis *Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024*, donde el 52% de los clientes respondieron que siempre se les informa adecuadamente sobre los servicios ofrecidos. Asimismo, contrasta con el estudio de Tito (2021) en su tesis *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*, donde el 35.6% de los clientes indicaron que la información proporcionada por el personal sobre los servicios no es clara. Esto se sustenta según la información de Florez (2021) en su artículo *La importancia de la calidad y el servicio*, señala que la comunicación oportuna se refiere a la entrega de información relevante en el momento adecuado, es fundamental que el representante de servicio ofrezca respuestas y actualizaciones en el momento preciso para satisfacer las necesidades del cliente, ya que una comunicación tardía puede llevar a la frustración. Esta capacidad de responder rápida y adecuadamente es crucial para un buen servicio al cliente, y contribuye significativamente a la satisfacción general del cliente. Esto demuestra que la falta de información oportuna puede estar relacionada con problemas internos en la organización de los procesos del taller, como la falta de actualización de los trabajadores sobre los servicios o productos que se ofrecen. Cuando los clientes no reciben la información correcta a tiempo, se genera una sensación de desconfianza y frustración, lo cual afecta directamente su percepción del servicio. Esta situación podría estar vinculada a una falta de herramientas tecnológicas que permitan al personal acceder rápidamente a la información que los clientes necesitan o a una carencia de comunicación entre los diferentes departamentos del taller. Para corregir este problema, la empresa debería implementar sistemas de gestión de información más eficientes y asegurarse de que todo el personal esté al tanto de los cambios o actualizaciones en los servicios. De no hacer estos ajustes, la empresa corre el riesgo de perder competitividad en un mercado donde la precisión y la rapidez en la información son claves para mantener la lealtad del cliente.

Le ofrecen opciones de comunicación digital para realizar consultas o resolver problemas: El 75% de los clientes consideran que muy pocas veces se les ofrecen opciones de comunicación digital para realizar consultas o resolver problemas (Tabla 5). Este resultado contrasta con el estudio de Condori (2021) titulada *Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores: Caso Grupo Loayza, Distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2021*, donde el 50% de los clientes mencionaron que siempre han sido contactados por la empresa a través de redes sociales. De igual manera contrasta con el estudio de Granados (2024) en su tesis *Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024*, donde el 66% de los clientes manifestó que siempre reciben un seguimiento adecuado post-servicio, lo que implica el uso de opciones de comunicación efectivas, incluidas las digitales. Esto se fundamenta según la información de López et al. (2020) en su artículo *Estrategias de calidad de servicio para la satisfacción del cliente de una empresa privada*, destacan que la comunicación digital facilita una interacción accesible y rápida entre la empresa y sus clientes, aprovechando tecnologías como aplicaciones de mensajería y correos electrónicos. En la actualidad, es crucial que las empresas garanticen respuestas claras, rápidas y adecuadas a través de estas plataformas digitales, maximizando así las capacidades de comunicación disponibles. Esto demuestra que la falta de opciones de comunicación digital es un claro reflejo de la desconexión tecnológica que enfrenta la empresa. En una era donde los clientes esperan soluciones rápidas y accesibles a través de medios digitales, la ausencia de estas opciones coloca a la empresa en desventaja frente a la competencia. Esta carencia podría estar causada por la falta de inversión en infraestructura tecnológica, o por una escasa capacitación del personal en el uso de herramientas digitales. La implementación de plataformas de comunicación digital, redes sociales, aplicaciones móviles, o canales de mensajería instantánea, no solo mejoraría la eficiencia en la resolución de problemas, sino que también facilitaría una mayor interacción con los clientes, aumentando su satisfacción. Si la empresa no adopta estos cambios, corre el riesgo de quedar rezagada frente a competidores que ya ofrecen estas opciones, lo cual podría traducirse en la pérdida de clientes que buscan un servicio más moderno y accesible.

Objetivo específico 6. Identificar las características de la satisfacción del cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024.

La calidad del servicio recibido es alta: El 55% de los clientes indicaron que casi siempre la calidad del servicio recibido es alta (Tabla 6). Este resultado contrasta con el estudio de Romero (2022) titulado *La Calidad de Servicio para Mejorar la Atención al Cliente en la Empresa Constructora Conorth SAC, Sullana, 2022.*, donde el 57.35% de los clientes consideraron que siempre la calidad del servicio era buena. También contrasta con la investigación de Condori (2021) titulada *Atención al Cliente en las Micro y Pequeñas Empresas, Rubro Mantenimiento y Reparación de Vehículos Automotores: Caso Grupo Loayza, Distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2021*, donde el 66.7% de los clientes opinó que a veces la calidad del servicio es adecuada. Esto se fundamenta según la información de Espinel y Ferie (2020) en su artículo *Gestión de la calidad en los servicios de atención al cliente. Caso Cooperativa Chone Ltda*, menciona que la calidad del servicio está influenciada por factores como la competencia del personal, la rapidez en la atención y la precisión en la entrega. Este indicador se mide a través de la satisfacción del cliente y la percepción del valor recibido en relación al costo del servicio. Un alto nivel de calidad se traduce en lealtad del cliente y en una reputación favorable para la empresa. Para mantener altos estándares, es crucial que las organizaciones evalúen constantemente su desempeño y ajusten sus prácticas a las expectativas en evolución de los clientes. Esto demuestra que la mayoría de los clientes perciben la calidad del servicio como alta, esta percepción podría estar relacionada con aspectos específicos del servicio que no cumplen con las expectativas de algunos clientes, como tiempos de espera, cortesía del personal, o la atención a problemas particulares. Para mejorar este indicador, la empresa de servicios debería establecer mecanismos de retroalimentación donde los clientes puedan expresar sus experiencias y expectativas con mayor claridad. Además, es fundamental realizar un análisis de las áreas de insatisfacción para implementar acciones correctivas específicas, asegurando así que la calidad del servicio se mantenga alta y cumpla con las expectativas de todos los clientes. Ignorar las quejas o percepciones negativas podría resultar en la pérdida de clientes, especialmente en un entorno competitivo donde la calidad del servicio es un diferenciador clave.

El servicio cumple con sus expectativas: El 58% de los clientes afirmaron que casi siempre el servicio cumple con sus expectativas (Tabla 6). Este resultado contrasta con la investigación de Granados (2024) en su tesis *Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la Empresa Turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024*, donde el 68% de los clientes manifestaron que siempre están satisfechos con la atención recibida y que la empresa cumple con sus expectativas. Esto se fundamenta según la información de Navarrete (2021) en su artículo *Calidad: un nuevo enfoque conceptual y definiciones*, señala que el cumplimiento de expectativas se refiere a la capacidad de una empresa para satisfacer las promesas y requisitos que los clientes anticipan. El éxito en este aspecto se mide por la habilidad de la empresa para entregar lo que ha prometido en términos de calidad y tiempo. Cumplir con las expectativas es esencial para generar confianza y satisfacción en los clientes, quienes se sienten valorados cuando se cumplen sus expectativas. Esto demuestra que la capacidad de cumplir con las expectativas del cliente es fundamental para la retención y lealtad de los mismos. La percepción de que el servicio casi siempre cumple con las expectativas indica que la empresa tiene una buena base, pero también muestra que es crucial identificar por qué los demás clientes no están completamente satisfechos. Esto podría deberse a discrepancias entre lo que los clientes esperan y lo que efectivamente reciben, o incluso a un malentendido sobre los servicios ofrecidos. Para abordar esto, la empresa debe realizar un estudio más profundo sobre las expectativas de los clientes, que podría incluir encuestas más específicas o grupos focales. Con esta información, la empresa puede ajustar su oferta de servicios y entrenar a su personal para asegurarse de que las expectativas se alineen con la realidad del servicio. Si no se toman acciones, es probable que los clientes insatisfechos busquen alternativas en el mercado, lo que podría impactar negativamente en la reputación y sostenibilidad de la empresa a largo plazo.

Objetivo específico 7. Elaborar una propuesta de un plan de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024

Plan de mejora

1. Datos generales:

Nombre comercial: Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L.

2. Misión:

Nuestra misión es ofrecer un servicio mecánico de alta calidad y confiabilidad a nuestros clientes. Nos dedicamos a reparar y mantener vehículos de diversas marcas, asegurando que cada auto salga de nuestro taller en óptimas condiciones. Nuestro objetivo es proporcionar un trato amable y personalizado, donde cada cliente se sienta valorado y bien atendido. Creemos en la honestidad y transparencia en todos nuestros procesos, garantizando que los servicios que ofrecemos son los que realmente necesita cada vehículo.

3. Visión:

Nuestra visión en el 2026 es ser reconocidos como el taller mecánico de referencia en nuestra comunidad, conocido por la excelencia en el servicio y la satisfacción del cliente. Aspiramos a expandir nuestra empresa, incorporando tecnología avanzada y capacitación continua para nuestros trabajadores. Queremos que cada cliente confíe en nosotros no solo para reparar su vehículo, sino también para el mantenimiento preventivo, asegurando la seguridad y el buen funcionamiento de sus autos a lo largo del tiempo.

4. Objetivos

- Proporcionar servicios mecánicos eficientes y de alta calidad, asegurando que cada vehículo reparado cumpla con los estándares de seguridad y rendimiento.
- Escuchar y atender las necesidades de nuestros clientes, buscando su satisfacción total a través de un trato amable y soluciones efectivas.
- Invertir en la capacitación y desarrollo de nuestros trabajadores, para que estén al día con las últimas técnicas y tecnologías en mecánica automotriz, mejorando así su desempeño y habilidades.

- Optimizar los procesos internos para reducir tiempos de espera y costos, garantizando un servicio rápido sin comprometer la calidad.
- Incrementar en un 25% la cantidad de clientes que regresan al taller en un año, a través de promociones mensuales y un programa de descuentos para clientes frecuentes.
- Lograr que al menos el 85% de los clientes que utilicen nuestros servicios nos recomienden a otros, mediante encuestas simples después de cada servicio.
- Disminuir el tiempo promedio de entrega de vehículos reparados en un 20% en seis meses, mejorando la organización y planificación en el taller.
- Promover nuestros servicios en redes sociales y a través de volantes, buscando aumentar el número de nuevos clientes en un 15% en el próximo año.

5. Productos y servicios

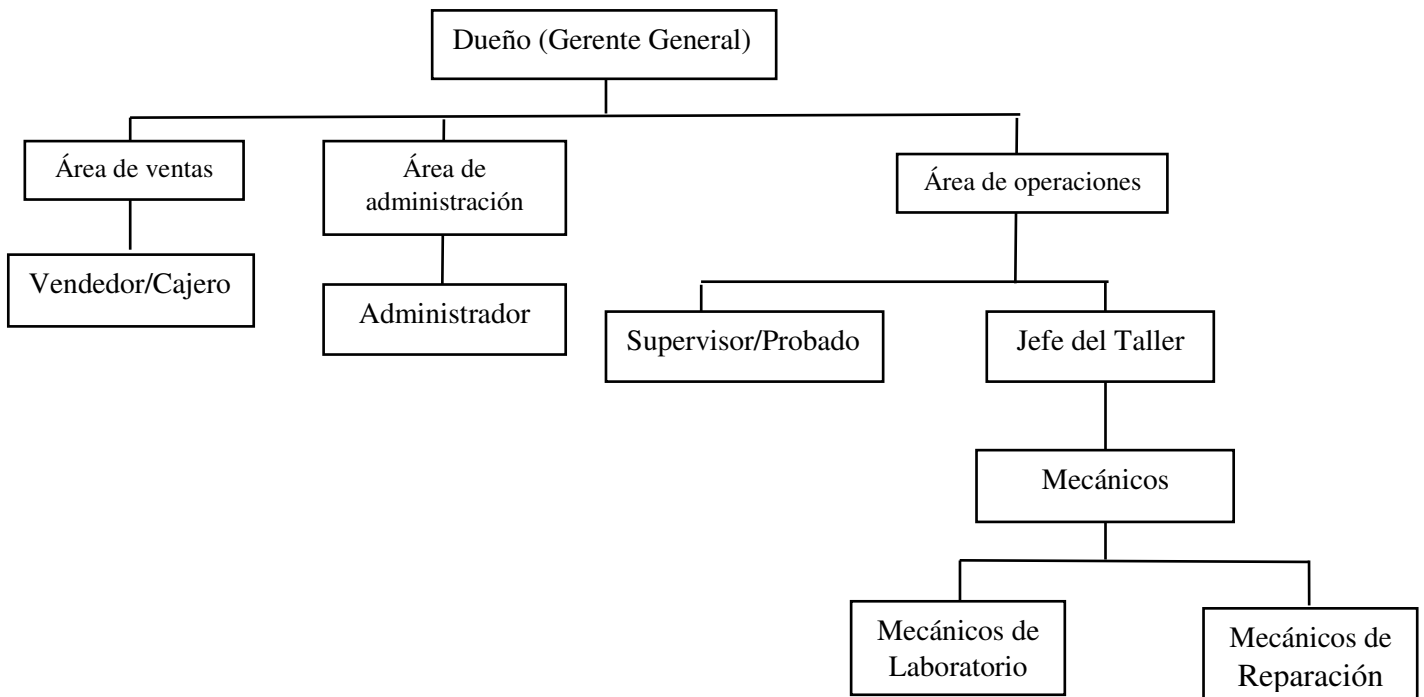
La Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L. es una microempresa que ofrece una amplia gama de servicios enfocados en el mantenimiento y reparación de vehículos. Sus servicios principales se centran en la conservación preventiva y correctiva de automóviles, garantizando la seguridad y el rendimiento óptimo de los mismos.

Entre sus especialidades se encuentra la reparación de bombas de inyección y sistemas de inyección electrónica, apoyados por un laboratorio especializado en motores diésel. Este laboratorio está equipado para realizar diagnósticos precisos mediante pruebas de presión y compresión, lo que permite identificar problemas específicos en los motores. Además, la empresa utiliza tecnología avanzada, como escáneres multimarca, para ofrecer diagnósticos rápidos y eficientes.

Aparte de los servicios de mantenimiento y reparación, la empresa también se dedica a la venta de partes, piezas y accesorios automotrices. Estos productos complementan los servicios mecánicos al proporcionar a los clientes componentes de alta calidad para el cuidado y mantenimiento de sus vehículos. La microempresa cuenta con un equipo de mecánicos experimentados, quienes, además de realizar los trabajos de reparación, ofrecen asesoría personalizada para atender las necesidades específicas de los clientes. Aquí se puede observar todo lo que ofrece la empresa:

Servicios	Productos
Mantenimiento preventivo y correctivo de vehículos	Partes y piezas automotrices
Reparación de motores y sistemas mecánicos	Accesorios automotrices
Reparación y mantenimiento de bombas de inyección	Componentes eléctricos para vehículos
Pruebas de presión y compresión de inyectores	Lubricantes y aceites para motores
Diagnóstico de escáner multimarcas	Filtros de aire, aceite y combustible
Servicios de mecánica en general	Baterías y acumuladores
Servicios de laboratorio diésel	Herramientas y equipos de mantenimiento
Pruebas y ajustes de sistemas de inyección electrónica	

6. Organigrama de la empresa



6.1.Descripción de funciones

Información General del Puesto: (Gerente General)

Perfil para ocupar el cargo	Descripción
Nivel académico	Título técnico o profesional en administración, gestión empresarial o ingeniería mecánica.
Experiencia Laboral	Mínimo 5 años gestionando empresas del sector automotriz, talleres mecánicos o relacionados con el mantenimiento de vehículos.
Conocimientos Necesarios	- Gestión administrativa y empresarial.
	- Conocimiento básico y avanzado de mecánica automotriz.
	- Legislación laboral y comercial peruana aplicable al sector.
	- Gestión financiera y contable, incluyendo elaboración de presupuestos, manejo de flujo de caja, y control de gastos.
	- Negociación con proveedores y clientes.
Habilidades y destrezas	- Liderazgo y toma de decisiones estratégicas.
	- Comunicación efectiva con empleados, clientes y proveedores.
	- Capacidad para planificar a largo plazo y establecer objetivos claros.
	- Resolución de problemas complejos y capacidad de delegar tareas.
	- Visión para identificar oportunidades de crecimiento y expansión del negocio.
Funciones	- Definir la visión y misión de la empresa, y establecer los objetivos a corto y largo plazo.
	- Supervisar el desempeño global de la empresa, revisando ingresos, egresos y el cumplimiento de las metas financieras.
	- Gestionar las relaciones comerciales con proveedores clave y clientes importantes.
	- Tomar decisiones sobre inversiones y adquisiciones de herramientas y equipos para el taller.
	- Representar a la empresa en negociaciones importantes, reuniones y eventos del sector.

Información General del Puesto: Administrador

Perfil para ocupar el cargo	Descripción
Nivel académico	Técnico o profesional en administración de empresas, contabilidad o carreras afines.
Experiencia Laboral	Mínimo 2-3 años en manejo de finanzas, control de inventarios y relación con proveedores, preferiblemente en el sector automotriz o similar.
Conocimientos Necesarios	- Manejo avanzado de herramientas de administración como Excel y software de contabilidad (ej. Contasis, Facture).
	- Gestión de inventarios: control de stock, compras, y almacenamiento de repuestos y piezas automotrices.

	- Control de cuentas por pagar y cobrar, manejo de presupuestos y control de costos operativos.
	- Procesos básicos de compras y negociación con proveedores.
Habilidades y destrezas	- Organización y planificación para la gestión de inventarios y finanzas de la empresa.
	- Precisión y atención al detalle en el manejo de datos financieros.
	- Capacidad para negociar con proveedores términos favorables de crédito y entrega.
	- Habilidades de comunicación efectiva, tanto con proveedores como con el personal del taller.
Funciones	- Gestionar las finanzas de la empresa, controlando el flujo de caja y realizando pagos a proveedores.
	- Coordinar y supervisar el manejo de inventarios de repuestos, piezas y accesorios.
	- Realizar informes financieros mensuales y reportes de desempeño económico para el Gerente General.
	- Establecer relaciones y negociar con proveedores, asegurando el abastecimiento adecuado de productos.
	- Controlar el uso eficiente de los recursos financieros, buscando oportunidades de ahorro y optimización.

Información General del Puesto: Vendedor/Cajero

Perfil para ocupar el cargo	Descripción
Nivel académico	El candidato ideal debe poseer estudios técnicos en administración de empresas o gestión comercial, preferiblemente con cursos complementarios en ventas, atención al cliente o marketing. En caso de contar con estudios universitarios en administración o marketing, se valorará positivamente su capacidad de gestión en entornos dinámicos de ventas al detalle.
Experiencia Laboral	Mínimo 1-2 años en atención al cliente y manejo de caja, preferiblemente en el sector de repuestos o servicios automotrices.
Conocimientos Necesarios	- Manejo de caja y sistemas de facturación.
	- Conocimiento de productos automotrices (piezas, repuestos, accesorios) para poder asesorar a los clientes.
	- Conocimientos básicos de sistemas de pago electrónicos y manejo de POS (punto de venta).
Habilidades y destrezas	- Excelente atención al cliente y resolución de problemas.
	- Rapidez y precisión en las transacciones monetarias.
	- Habilidad para manejar situaciones de quejas o solicitudes especiales de los clientes.
Funciones	- Atender a los clientes en la caja, realizando cobros de servicios de reparación y venta de piezas.
	- Ofrecer productos adicionales o complementarios, asesorando a los clientes en sus necesidades automotrices.
	- Realizar cierres de caja diarios, cuadrando los ingresos y verificando las transacciones.

	- Emitir facturas, boletas y realizar seguimiento a los pagos electrónicos.
	- Mantener el área de venta organizada y asegurar que los productos estén visibles para los clientes.

Información General del Puesto: Jefe del Taller

Perfil para ocupar el cargo	Descripción
Nivel académico	Se requiere título de técnico en mecánica automotriz, aunque también se valorarán candidatos con grado universitario en ingeniería mecánica o ingeniería industrial. Los postulantes con estudios complementarios en gestión de equipos o administración de talleres tendrán ventaja, especialmente si han participado en programas de formación en liderazgo o planificación de recursos operativos.
Experiencia Laboral	Mínimo 3-5 años como mecánico automotriz, con al menos 2 años en roles de supervisión o jefatura en talleres de reparación de vehículos.
Conocimientos Necesarios	<ul style="list-style-type: none"> - Diagnóstico y reparación de motores, sistemas de frenos, suspensión, transmisión, entre otros. - Conocimientos en mecánica general y en el manejo de equipos de diagnóstico computarizado (escáner). - Gestión de personal: supervisión de mecánicos, asignación de tareas y control de calidad.
Habilidades y destrezas	<ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo y coordinación de equipos técnicos. - Capacidad para evaluar el trabajo realizado y garantizar la calidad del servicio. - Resolución de problemas técnicos complejos en vehículos. - Organización para planificar las cargas de trabajo y optimizar los tiempos del taller.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisar el trabajo de los mecánicos, asegurando que las reparaciones y mantenimientos se realicen de manera eficiente y con calidad. - Coordinar con el Gerente General las prioridades de los trabajos según los pedidos de los clientes. - Revisar los diagnósticos y aprobar las reparaciones que se realizan en el taller. - Realizar informes de desempeño del equipo, señalando avances y áreas de mejora. - Resolver problemas técnicos y operativos que puedan surgir en el taller.

Información General del Puesto: Supervisor/Probador del Vehículo

Perfil para ocupar el cargo	Descripción
Nivel académico	Formación técnica en mecánica automotriz, con especialización en pruebas y diagnósticos de vehículos. Grado universitario en ingeniería mecánica y certificaciones avanzadas en diagnósticos automotrices tendrán un perfil competitivo.
Experiencia Laboral	Mínimo 2-3 años en diagnóstico de fallas y pruebas de vehículos, preferiblemente con experiencia en diversas marcas y modelos.
Conocimientos Necesarios	<ul style="list-style-type: none"> - Pruebas de funcionamiento y seguridad en vehículos reparados. - Conocimiento en el manejo de equipos de diagnóstico (escáner, medidores de presión, entre otros). - Procedimientos de revisión de motores, sistemas de frenos, dirección y suspensión tras una reparación.
Habilidades y destrezas	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad para detectar problemas no resueltos tras la reparación. - Atención al detalle para garantizar que los vehículos estén en óptimas condiciones antes de ser entregados al cliente. - Habilidad para manejar y probar vehículos de diferentes tipos y marcas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar pruebas de funcionamiento y seguridad en los vehículos reparados antes de ser entregados al cliente. - Detectar y reportar posibles problemas no corregidos durante la reparación. - Garantizar que el vehículo esté en condiciones óptimas y seguras para el cliente.

Información General del Puesto: Mecánico de Laboratorio

Perfil para ocupar el cargo	Descripción
Nivel académico	Estudios técnicos en mecánica automotriz con especialización en sistemas electrónicos o de inyección. Título universitario en ingeniería mecánica o mecatrónica, y con formación adicional en nuevas tecnologías de motorización (vehículos híbridos o eléctricos).
Experiencia Laboral	Mínimo 2-3 años en trabajos especializados en talleres automotrices, preferiblemente en diagnósticos y reparaciones electrónicas de vehículos.
Conocimientos Necesarios	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento profundo de sistemas de inyección diésel y electrónicos. - Manejo de herramientas avanzadas para diagnóstico y reparación de componentes electrónicos. - Familiaridad con equipos de prueba de presión y compresión para sistemas de inyección. - Conocimientos de las especificaciones técnicas de diferentes marcas y modelos de vehículos.
Habilidades y destrezas	<ul style="list-style-type: none"> - Precisión en la reparación de componentes técnicos y electrónicos del vehículo.

	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad para realizar diagnósticos detallados y resolver problemas técnicos complejos. - Habilidad para trabajar en equipo y coordinarse con el Jefe del Taller y el Supervisor de Vehículos.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar diagnósticos y reparaciones en sistemas de inyección electrónica y componentes electrónicos complejos de los vehículos. - Ejecutar pruebas de presión y compresión en los sistemas de inyección para garantizar su correcto funcionamiento. - Mantener el equipo de laboratorio en óptimas condiciones, garantizando que se sigan los protocolos de mantenimiento y calibración de los instrumentos. - Colaborar con otros mecánicos en la resolución de problemas técnicos avanzados que involucren componentes electrónicos. - Asistir en el entrenamiento de otros mecánicos en el uso de herramientas de diagnóstico especializadas.

Información General del Puesto: Mecánico de Reparación

Perfil para ocupar el cargo	Descripción
Nivel académico	Técnico en mecánica automotriz con certificación en reparación de vehículos ligeros y pesados. Formación en ingeniería mecánica, combinada con cursos de actualización en mantenimiento preventivo, sistemas de frenado, suspensión, y transmisión automotriz, tienen un perfil altamente valorado.
Experiencia Laboral	Mínimo 2-3 años en talleres de reparación automotriz, con experiencia en mantenimiento y reparación de diversos sistemas del vehículo (frenos, suspensión, transmisión, etc.).
Conocimientos Necesarios	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento integral de la reparación de sistemas de frenos, suspensión, dirección y transmisión. - Manejo de herramientas y equipos de taller para desmontar, reparar y montar componentes del vehículo. - Conocimiento de normativas de seguridad y procedimientos de trabajo en talleres automotrices. - Familiaridad con los manuales técnicos y procedimientos de reparación de diferentes marcas y modelos de vehículos.
Habilidades y destrezas	<ul style="list-style-type: none"> - Habilidad para realizar reparaciones mecánicas de manera rápida y precisa. - Capacidad para diagnosticar fallos mecánicos comunes y sugerir soluciones adecuadas. - Trabajo en equipo y capacidad de seguir instrucciones del Jefe del Taller. - Flexibilidad para realizar reparaciones en diversas áreas del vehículo según sea necesario.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar reparaciones generales en los vehículos, incluyendo trabajos en sistemas de frenos, suspensión, transmisión, motor y dirección.

	- Diagnosticar y corregir fallos en los vehículos utilizando herramientas de taller y manuales técnicos.
	- Mantener el área de trabajo limpia y organizada, cumpliendo con las normativas de seguridad del taller.
	- Colaborar con otros mecánicos para completar reparaciones complejas y asegurar la entrega a tiempo de los vehículos reparados.
	- Informar al Jefe del Taller sobre las reparaciones realizadas y el estado de los vehículos reparados.

7. Diagnostico general

<p>Análisis externos</p> <p>Análisis interno</p>	<p>Oportunidades (O):</p> <p>O1. Creciente demanda de servicios de mantenimiento automotriz en la zona de Huaraz.</p> <p>O2. Expansión de la tecnología automotriz que requiere servicios especializados en motores diésel y sistemas de inyección electrónica.</p> <p>O3. Implementación de programas de fidelización para clientes frecuentes.</p> <p>O4. Incremento de la visibilidad a través de redes sociales y marketing digital para captar nuevos clientes.</p> <p>O5. Potencial alianza con proveedores de repuestos y lubricantes para mejorar el abastecimiento y reducir costos.</p>	<p>Amenazas (A):</p> <p>A1. Competencia de otros talleres mecánicos en la misma área.</p> <p>A2. Fluctuaciones económicas que pueden reducir la demanda de servicios de mantenimiento automotriz.</p> <p>A3. Aumento en los costos de repuestos y herramientas debido a la inflación.</p> <p>A4. Clientes insatisfechos por tiempos de espera prolongados o malentendidos en el servicio.</p> <p>A5. Avances tecnológicos rápidos que podrían dejar obsoletos algunos servicios si el personal no se capacita adecuadamente.</p>
<p>Fortalezas (F):</p> <p>F1. 10 años de experiencia en el sector de mantenimiento y reparación automotriz.</p> <p>F2. Especialización en motores diésel y sistemas de inyección electrónica, con laboratorio propio para diagnósticos avanzados.</p> <p>F3. Uso de tecnología avanzada, como escáneres multimarcas para diagnósticos precisos.</p> <p>F4. Personal técnico experimentado, que ofrece soluciones personalizadas a los clientes.</p> <p>F5. Base de clientes recurrentes y fidelizados debido a la calidad y confiabilidad de los servicios.</p>	<p>Estrategias FO:</p> <p>FO1: Usar la experiencia en motores diésel y sistemas de inyección electrónica para captar clientes que requieran estos servicios especializados, potenciando la promoción en redes sociales y campañas de fidelización (F2, O3, O4).</p> <p>FO2: Aumentar la visibilidad en ferias locales automotrices y online para aprovechar la base de clientes fidelizados y seguir atrayendo nuevos consumidores. (F5, O1, O4)</p> <p>FO3: Consolidar alianzas con proveedores de repuestos aprovechando la experiencia técnica avanzada del equipo. (O5, F2, F3)</p>	<p>Estrategias FA:</p> <p>FA1: Mejorar la capacitación continua del personal para hacer frente a los rápidos cambios tecnológicos y evitar quedar obsoletos. (F4, A5)</p> <p>FA2: Optimizar los tiempos de espera y mejorar la comunicación con los clientes para reducir las quejas por demoras y malentendidos. (F3, F5, A4)</p> <p>FA3: Utilizar la base tecnológica avanzada para hacer frente a la competencia local ofreciendo servicios más rápidos y especializados. (F3, A1)</p>
<p>Debilidades (D):</p> <p>D1. Falta de un sistema formal de evaluación del desempeño laboral y retroalimentación(Resultados).</p> <p>D2. Necesidad de mayor capacitación del personal en nuevas tecnologías para mantenerse competitivos (Resultados).</p> <p>D3. Deficiencias en la comunicación con los clientes, lo que afecta la percepción de calidad del servicio (Resultados).</p> <p>D4. Espacios de trabajo reducidos o mal organizados, lo que afecta la productividad del personal (Resultados).</p> <p>D5. Motivación baja del personal debido a la falta de incentivos claros y adecuados(Resultados).</p>	<p>Estrategias DO:</p> <p>DO1: Implementar un sistema de comunicación digital más eficiente para mejorar la fluidez y rapidez en la atención a los clientes, y evitar malentendidos. (D3, O4)</p> <p>DO2: Desarrollar un plan de capacitación continua para que el personal se mantenga actualizado con las últimas tecnologías automotrices, mejorando la competitividad. (D2, O2)</p> <p>DO3: Mejorar la organización de los espacios de trabajo y para aumentar la eficiencia y aprovechar las oportunidades de crecimiento. Herramientas. (D4, O5)</p>	<p>Estrategias DA:</p> <p>DA1: Reorganizar el taller y los espacios de trabajo para mejorar la productividad, reduciendo tiempos de entrega que podrían generar insatisfacción del cliente. (D4, A4)</p> <p>DA2: Establecer un programa de incentivos claro para el personal para aumentar la motivación y retener a los trabajadores capacitados, especialmente en tiempos de crisis económicas. (D5, A2)</p> <p>DA3: Formalizar un sistema de evaluación del desempeño para que los empleados tengan claro qué mejorar, reduciendo posibles errores que afecten el servicio. (D1, A4, A5)</p>

8. Indicadores de gestión

Indicador	Problema	Causas	Consecuencias
Ambiente laboral	El 80% de los trabajadores consideran que algunas veces el ambiente laboral es adecuado para realizar actividades de manera eficiente.	Falta comunicación dentro de la empresa, no hay reuniones entre los equipos de trabajo.	Las tareas se retrasan porque la falta de comunicación genera confusión.
		Espacios reducidos o desorganizados en el taller y área administrativa lo que afecta la comodidad de los trabajadores.	Los trabajadores se sienten cansados y desmotivados por que el espacio es pequeño e incómodo afectando la productividad.
		Poca convivencia, no se realizan ni promueven actividades que fortalezcan el trabajo en equipo.	Los equipos no trabajan bien juntos lo que afecta y disminuye la cooperación entre los trabajadores.
Recursos y herramientas	El 50 % de los trabajadores consideran que casi siempre disponen de los recursos y herramientas necesarias para llevar a cabo su trabajo de manera eficaz.	Inventario no completamente actualizado, lo que dificulta un control total de las herramientas y equipos disponibles.	Demora y paralización de trabajos, ya que las reparaciones y mantenimiento de vehículos se retrasan por la falta de herramientas adecuadas.
		Herramientas y equipos en estado de uso, algunas requieren mantenimiento para mejorar su funcionamiento.	Esto provocaría Mayor desgaste físico y estrés, ya que los trabajadores deben improvisar, lo que aumenta la fatiga.
		Falta de un sistema de organización más claro, lo que ocasionalmente puede generar confusión o pequeños retrasos.	Insatisfacción del cliente por los retrasos en las reparaciones y entregas afectan la experiencia del cliente.
Rendimiento Laboral	El 100% de los trabajadores consideran que muy pocas veces se realizan evaluaciones de su rendimiento laboral.	Ausencia de sistema formal de evaluación del rendimiento laboral, también no se cuenta con herramientas ni procedimiento claros para evaluar el desempeño.	Desconocimiento de fortalezas y debilidades, los empleados no saben en qué aspectos deben mejorar o cambiar.
		Falta de retroalimentación ya que no se brindan comentarios sobre áreas a mejorar.	Al no recibir retroalimentación ni reconocimiento, los empleados no se sienten motivados para mejorar, seguirán cometiendo errores en su trabajo lo que afectara el servicio que brinda la empresa.

		Objetivos poco claros, ya que los trabajadores no conocen qué se espera de ellos.	Disminución de la calidad del trabajo, ya que sin evaluaciones ni metas claras, la calidad del trabajo tiende a bajar, afectando el rendimiento general y la atención al cliente.
Capacitación	El 100% de los trabajadores consideran que muy pocas veces reciben capacitación para mejorar sus habilidades laborales.	Falta de planificación, ya que no se realizan diagnósticos de necesidades de capacitación de los trabajadores.	Desactualización técnica, ya que los trabajadores no están al día con los avances tecnológicos en el sector automotriz.
		Presupuesto limitado, ya que no se destinan fondos suficientes para formación continua.	Calidad inconsistente con el servicio, ya que las reparaciones y trabajos complejos se ven afectados por la falta de formación adecuada.
		Dependencia de conocimientos previo, pues no se actualizan con las últimas tecnologías o procedimientos del sector.	Aumento de la rotación laboral, ya que los trabajadores pueden buscar otras empresas con mejores oportunidades de capacitación y desarrollo.
Motivación	El 90% de los trabajadores consideran que algunas veces se siente motivado por los incentivos laborales que recibe	Incentivos no alineados a las necesidades de los trabajadores, es decir que los beneficios ofrecidos no son atractivos.	Bajo compromiso, los empleados no se sentirán incentivados a comprometerse con el cumplimiento de sus tareas.
		Debido a políticas poco claras, no hay reglas específicas para obtener incentivos.	En consecuencia se da la reducción de esfuerzo, ya que la falta de motivación genera una menor disposición para esforzarse en su trabajo.
Recompensa	El 70% de los trabajadores consideran que algunas veces la empresa recompensa su esfuerzo a través de bonificaciones o incentivos.	Presupuesto insuficiente para bonificaciones, ya que no se asignan fondos específicos y suficientes.	Sentimiento de inequidad, ya que los trabajadores perciben que las recompensas y bonificaciones no se dan o no se distribuyen de manera justa entre ellos.
		Falta de transparencia, ya que no se comunica cuándo y cómo se entregan los incentivos.	Poca motivación para alcanzar metas: La falta de recompensas claras desincentiva a los empleados a esforzarse por alcanzar objetivos específicos.

		Criterios no definidos, pues no hay claridad sobre cómo se mide el desempeño para recibir recompensas.	Desconfianza en la dirección: La opacidad sobre los incentivos genera dudas sobre la equidad en el sistema de recompensas.
Reconocimiento	El 70% de los trabajadores consideran que muy pocas veces recibe el reconocimiento o adecuado por tu trabajo y logros en la empresa.	Cultura de reconocimiento débil, ya que no hay costumbre de destacar los logros.	Baja moral, ya que la falta de reconocimiento hace que los empleados se sientan poco valorados.
		Falta de tiempo, porque los jefes priorizan tareas operativas sobre el reconocimiento.	Disminución del rendimiento de los trabajadores al no ser reconocidos, los empleados pierden el interés en hacer un esfuerzo adicional.
Interés en solucionar Problemas	El 83% de los clientes consideran que algunas veces el personal muestra interés en solucionar problemas o inquietudes.	Falta de autonomía, ya que el personal no tiene capacidad de tomar decisiones rápidas.	Clientes insatisfechos, ya que el cliente percibe falta de compromiso.
		Inadecuada capacitación, falta de entrenamiento en gestión de conflictos.	Pérdida de lealtad, clientes deciden no regresar.
		Carga laboral alta, el personal está sobrecargado, lo que afecta su actitud ante los problemas.	Reclamos frecuentes, aumentan quejas por deficiencias en la atención.
Confianza	El 83% de los clientes consideran que algunas veces siente confianza al interactuar con el personal.	Rotación frecuente del personal, ya que los clientes no reconocen rostros familiares.	Pérdida de clientes, se reduce la fidelización.
		Falta de conocimiento técnico, el personal no responde con seguridad sobre los servicios ofrecidos.	Reputación afectada, los clientes comentan negativamente en su entorno, y generan que no vengán más clientes por fidelizar.
		Errores en la atención, fallos en la entrega o facturación generan desconfianza.	Mayor tiempo en resolución de problemas, el cliente verifica repetidamente el trabajo con desconfianza.
Tiempo de atención	El 78% de los clientes consideran que algunas veces recibe una atención rápida y eficiente.	Procesos manuales lentos, no hay automatización en la facturación ni asignación de tareas.	Clientes impacientes, aumentan quejas por demoras.
		Demoras en la coordinación interna, falta de comunicación eficiente entre áreas.	Afectación en la calidad del servicio, las prisas causan errores.

		Sobrecarga de clientes en horas de atención, no hay planificación para momentos de alta demanda.	Competitividad, otros negocios más rápidos captan a los clientes.
Cortesía	El 44% de los clientes consideran que a veces el personal es cortés en el trato al cliente.	Falta de formación en habilidades blandas, el personal no ha recibido entrenamiento en atención al cliente.	Experiencia negativa, los clientes se sienten mal tratados.
		Estrés laboral, la carga emocional afecta la actitud hacia los clientes.	Impacto en la reputación, mala imagen ante futuros clientes.
		Ausencia de supervisión, no se monitorea el trato hacia los clientes.	Aumento de conflictos, las quejas por maltrato se vuelven más frecuentes.
Comunicación fluida	El 81% de los clientes consideran que algunas veces la comunicación con el personal es fluida.	Mensajes confusos, el personal no comunica claramente los procesos al cliente.	Malentendidos, el cliente no comprende los tiempos o condiciones del servicio.
		Falta de entrenamiento, el personal no sabe cómo gestionar preguntas frecuentes.	Se repiten tareas por falta de claridad.
		Barrera en lenguaje técnico, se usan términos que los clientes no entienden.	Clientes frustrados, aumentan quejas por confusión.
Comunicación oportuna	El 78% de los clientes consideran que algunas veces recibe información oportuna sobre el servicio o producto solicitado.	Demoras en el seguimiento, no se contacta al cliente a tiempo.	Clientes desinformados, el cliente siente incertidumbre sobre el estado de su servicio.
		Falta de sistemas de notificación, no se informa sobre el progreso del trabajo.	Retrasos en la entrega, el cliente no está preparado para recibir el producto.
		Desorganización interna, falta un sistema claro para compartir información entre personal.	Pérdida de clientes, el cliente busca alternativas más informativas.
Comunicación digital	El 75% de los clientes consideran que muy pocas veces le ofrecen opciones de comunicación digital para	Falta de presencia en plataformas digitales, no se utilizan canales como WhatsApp o redes sociales.	Menor accesibilidad, el cliente debe acudir físicamente para resolver dudas.
		Limitaciones tecnológicas, el personal no está capacitado en el uso de herramientas digitales.	Desventaja ante la competencia, otras empresas ofrecen atención más ágil.

	realizar consultas o resolver problemas.	Falta de promoción, los clientes desconocen las vías de contacto disponibles.	Baja satisfacción del cliente, el cliente se siente desatendido.
Calidad del servicio	El 55% de los clientes consideran que casi siempre que la calidad del servicio recibido es alta.	Falta de estándares de calidad, no hay protocolos claros para asegurar la calidad del servicio.	Cientes insatisfechos, se traduce en quejas frecuentes.
		Capacitación inadecuada, el personal no está bien entrenado para realizar tareas específicas.	Reputación afectada, menor satisfacción y recomendación del servicio.
		Falta de supervisión, no se monitorea la calidad del servicio entregado.	Pérdida de ingresos, menor número de clientes repetitivos.
Cumplimiento de expectativas	El 58% de los clientes consideran que casi siempre el servicio cumple con sus expectativas.	Falta de comunicación clara sobre servicios, no se establecen expectativas adecuadas desde el inicio.	Desconfianza en la empresa, el cliente se siente decepcionado.
		Inconsistencia en el servicio, los resultados del servicio varían según el personal que atiende.	Reclamaciones constantes, los clientes exigen soluciones y compensaciones.
		Falta de retroalimentación del cliente, no se recopilan opiniones para mejorar el servicio.	Dificultad para captar nuevos clientes, la mala reputación afecta la captación de nuevos clientes.

9. Problemas

Problema	Surgimiento de problema
El 80% de los trabajadores consideran que algunas veces el ambiente laboral es adecuado para realizar actividades de manera eficiente.	Falta comunicación dentro de la empresa, no hay reuniones entre los equipos de trabajo.
	Espacios reducidos o desorganizados en el taller y área administrativa lo que afecta la comodidad de los trabajadores.
	Poca convivencia, no se realizan ni promueven actividades que fortalezcan el trabajo en equipo.
El 50 % de los trabajadores consideran que casi siempre disponen de los recursos y herramientas necesarias para llevar a cabo su trabajo de manera eficaz.	Inventario no completamente actualizado, lo que dificulta un control total de las herramientas y equipos disponibles.
	Herramientas y equipos en estado de uso, algunas requieren mantenimiento para mejorar su funcionamiento.
	Falta de un sistema de organización más claro, lo que ocasionalmente puede generar confusión o pequeños retrasos.
El 100% de los trabajadores consideran que muy pocas veces se realizan evaluaciones de su rendimiento laboral.	Ausencia de sistema formal de evaluación del rendimiento laboral, también no se cuenta con herramientas ni procedimiento claros para evaluar el desempeño.
	Falta de retroalimentación ya que no se brindan comentarios sobre áreas a mejorar.
	Objetivos poco claros, ya que los trabajadores no conocen qué se espera de ellos.
El 100% de los trabajadores consideran que muy pocas veces reciben capacitación para mejorar sus habilidades laborales.	Falta de planificación, ya que no se realizan diagnósticos de necesidades de capacitación de los trabajadores.
	Presupuesto limitado, ya que no se destinan fondos suficientes para formación continua.
	Dependencia de conocimientos previo, pues no se actualizan con las últimas tecnologías o procedimientos del sector.
El 90% de los trabajadores consideran que algunas veces se siente motivado por los incentivos laborales que recibe	Incentivos no alineados a las necesidades de los trabajadores, es decir que los beneficios ofrecidos no son atractivos.
	Debido a políticas poco claras, no hay reglas específicas para obtener incentivos.
El 70% de los trabajadores consideran que algunas veces la empresa recompensa su esfuerzo a través de bonificaciones o incentivos.	Presupuesto insuficiente para bonificaciones, ya que no se asignan fondos específicos y suficientes.
	Falta de transparencia, ya que no se comunica cuándo y cómo se entregan los incentivos.
	Criterios no definidos, pues no hay claridad sobre cómo se mide el desempeño para recibir recompensas.
El 70% de los trabajadores consideran que muy pocas veces recibe el reconocimiento adecuado por tu trabajo y logros en la empresa.	Cultura de reconocimiento débil, ya que no hay costumbre de destacar los logros.
	Falta de tiempo, porque los jefes priorizan tareas operativas sobre el reconocimiento.

El 83% de los clientes consideran que algunas veces el personal muestra interés en solucionar problemas o inquietudes.	Falta de autonomía, ya que el personal no tiene capacidad de tomar decisiones rápidas.
	Inadecuada capacitación, falta de entrenamiento en gestión de conflictos.
	Carga laboral alta, el personal está sobrecargado, lo que afecta su actitud ante los problemas.
El 83% de los clientes consideran que algunas veces siente confianza al interactuar con el personal.	Rotación frecuente del personal, ya que los clientes no reconocen rostros familiares.
	Falta de conocimiento técnico, el personal no responde con seguridad sobre los servicios ofrecidos.
	Errores en la atención, fallos en la entrega o facturación generan desconfianza.
El 78% de los clientes consideran que algunas veces recibe una atención rápida y eficiente.	Procesos manuales lentos, no hay automatización en la facturación ni asignación de tareas.
	Demoras en la coordinación interna, falta de comunicación eficiente entre áreas.
	Sobrecarga de clientes en horas de atención, no hay planificación para momentos de alta demanda.
El 44% de los clientes consideran que a veces el personal es cortés en el trato al cliente.	Falta de formación en habilidades blandas, el personal no ha recibido entrenamiento en atención al cliente.
	Estrés laboral, la carga emocional afecta la actitud hacia los clientes.
	Ausencia de supervisión, no se monitorea el trato hacia los clientes.
El 81% de los clientes consideran que algunas veces la comunicación con el personal es fluida.	Mensajes confusos, el personal no comunica claramente los procesos al cliente.
	Falta de entrenamiento, el personal no sabe cómo gestionar preguntas frecuentes.
	Barrera en lenguaje técnico, se usan términos que los clientes no entienden.
El 78% de los clientes consideran que algunas veces recibe información oportuna sobre el servicio o producto solicitado.	Demoras en el seguimiento, no se contacta al cliente a tiempo.
	Falta de sistemas de notificación, no se informa sobre el progreso del trabajo.
	Desorganización interna, falta un sistema claro para compartir información entre personal.
El 75% de los clientes consideran que muy pocas veces le ofrecen opciones de comunicación digital para realizar consultas o resolver problemas.	Falta de presencia en plataformas digitales, no se utilizan canales como WhatsApp o redes sociales.
	Limitaciones tecnológicas, el personal no está capacitado en el uso de herramientas digitales.
	Falta de promoción, los clientes desconocen las vías de contacto disponibles.

El 55% de los clientes consideran que casi siempre que la calidad del servicio recibido es alta.	Falta de estándares de calidad, no hay protocolos claros para asegurar la calidad del servicio.
	Capacitación inadecuada, el personal no está bien entrenado para realizar tareas específicas.
	Falta de supervisión, no se monitorea la calidad del servicio entregado.
El 58% de los clientes consideran que casi siempre el servicio cumple con sus expectativas.	Falta de comunicación clara sobre servicios, no se establecen expectativas adecuadas desde el inicio.
	Inconsistencia en el servicio, los resultados del servicio varían según el personal que atiende.
	Falta de retroalimentación del cliente, no se recopilan opiniones para mejorar el servicio.

10. Establecer Soluciones

Problema	Acciones de mejora
El 80% de los trabajadores consideran que algunas veces el ambiente laboral es adecuado para realizar actividades de manera eficiente.	Planificar e implementar reuniones mensuales de coordinación: Cada área informará avances y dificultades, mejorando la comunicación interna.
	Reorganización del espacio laboral: Redistribuir herramientas o equipo y crear zonas de trabajo bien delimitadas para evitar incomodidad y caos.
	Programar y realizar actividades trimestrales de integración: Organizar charlas, jornadas o almuerzos recreativos para fortalecer el trabajo en equipo.
El 50 % de los trabajadores consideran que casi siempre disponen de los recursos y herramientas necesarias para llevar a cabo su trabajo de manera eficaz.	Control de inventario y mantenimiento: Implementar un sistema de control semanal de las herramientas y equipos, asegurando que estén en buen estado o se reparen a tiempo.
	Reparación y compra de herramientas: Destinar un presupuesto para reparar o reemplazar herramientas y equipos que ya no funcionen adecuadamente.
	Organización del espacio de trabajo: Rediseñar el área de trabajo para tener una distribución clara y ordenada de las herramientas, facilitando su uso. Se puede hacer uso de muebles, cajas o depósitos de organización, separadores, etc.
El 100% de los trabajadores consideran que muy pocas veces se realizan evaluaciones de su rendimiento laboral.	Implementación de un sistema formal de evaluación: Desarrollar un sistema trimestral de evaluación del rendimiento basado en indicadores como puntualidad, calidad del trabajo, etc.
	Reuniones de retroalimentación individual: el gerente, administrador y jefe del taller deberá reunirse con los empleados para brindarles retroalimentación sobre su desempeño, destacando tanto sus logros como las áreas a mejorar.

	Definición de objetivos claros: Establecer metas específicas para cada trabajador, alineadas con las necesidades del taller y revisarlas trimestralmente.
El 100% de los trabajadores consideran que muy pocas veces reciben capacitación para mejorar sus habilidades laborales.	Diagnóstico de necesidades de capacitación: Realizar encuestas para identificar las áreas en las que los trabajadores necesitan más formación y ajustar los programas de capacitación en base a estos resultados.
	Fondo anual para formación: Asignar un porcentaje fijo de las ganancias anuales de la empresa para financiar programas de capacitación continua y asegurar que los empleados se mantengan actualizados.
	Capacitación interna con expertos locales: Contratar a especialistas para impartir talleres sobre las últimas tecnologías y procedimientos en el sector automotriz.
El 90% de los trabajadores consideran que algunas veces se siente motivado por los incentivos laborales que recibe	Rediseño de los incentivos: Ajustar los beneficios para alinearlos con las expectativas y preferencias de los empleados (días libres, premios, etc).
	Establecimiento de políticas claras de incentivos: Crear un sistema transparente que explique cómo los empleados pueden acceder a los beneficios, como un incentivo por el número de reparación cumplidas al mes o al año
El 70% de los trabajadores consideran que algunas veces la empresa recompensa su esfuerzo a través de bonificaciones o incentivos.	Asignación de un fondo específico para bonificaciones : Establecer un presupuesto fijo para recompensas y asegurar su distribución de manera equitativa.
	Transparencia y comunicados. Establecer un calendario público de entrega de incentivos y comunicar claramente los criterios de elegibilidad sobre cuándo y cómo se distribuyen las recompensas.
	Definición de criterios de recompensa claros: Establecer un sistema de medición de desempeño que permita a los empleados conocer qué deben hacer para recibir recompensas.
El 70% de los trabajadores consideran que muy pocas veces recibe el reconocimiento adecuado por tu trabajo y logros en la empresa.	Fomento de la cultura de reconocimiento: Crear un ambiente donde se reconozcan y celebren regularmente los logros de los trabajadores. Enviar correos de felicitación o mensajes por WhatsApp por logros alcanzados.
	Implementación de un sistema de premios mensuales: Crear un reconocimiento público, como Empleado del mes, para premiar los logros más destacados.
El 83% de los clientes consideran que	Capacitación en resolución de problemas y gestión de conflictos: Impartir talleres para entrenar al personal en técnicas efectivas para gestionar quejas y encontrar soluciones rápidas.

algunas veces el personal muestra interés en solucionar problemas o inquietudes.	Protocolos de acción rápida: Crear guías con pasos claros para resolver problemas sin consultar a superiores, siempre que no excedan ciertos límites.
	Distribución equitativa del trabajo: Revisar la carga laboral semanalmente para evitar sobrecarga.
El 83% de los clientes consideran que algunas veces siente confianza al interactuar con el personal.	Programa de formación continua en conocimientos técnicos: Actualizar al personal en los servicios más solicitados para transmitir seguridad.
	Estrategia de fidelización: Fomentar relaciones a largo plazo con clientes frecuentes mediante descuentos exclusivos, contando con una base de datos más amplia.
	Mejorar la precisión en la atención: Implementar listas de control para evitar errores en facturación o entrega, es decir tener precios establecidos para reparaciones o productos comunes.
El 78% de los clientes consideran que algunas veces recibe una atención rápida y eficiente.	Automatización parcial de procesos: Utilizar software sencillo para registro y facturación rápida.
	Establecimiento de roles dinámicos: Asignar funciones específicas al personal según la afluencia de clientes.
	Implementación de un sistema de turnos en horas pico: Asignar un responsable para controlar la cantidad de clientes atendidos en momentos de alta demanda.
El 44% de los clientes consideran que a veces el personal es cortés en el trato al cliente.	Entrenamiento en habilidades blandas y atención al cliente: Realizar talleres sobre trato cordial, escucha activa y lenguaje positivo.
	Sistema de incentivos por buen trato: Crear un esquema de reconocimiento mensual para quienes mantengan altos niveles de cortesía.
	Supervisión ocasional con feedback inmediato: El jefe del taller monitoreará interacciones y dará sugerencias de mejora.
El 81% de los clientes consideran que algunas veces la comunicación con el personal es fluida.	Elaboración de guías de comunicación: Crear un manual con frases clave para explicar servicios y resolver preguntas comunes.
	Feedback regular sobre la claridad en las interacciones: Supervisores revisarán ejemplos de conversación y ofrecerán sugerencias.
	Uso de lenguaje claro y accesible: Capacitar al personal para evitar jergas o tecnicismos innecesarios.
El 78% de los clientes consideran que algunas veces recibe información oportuna	Implementación de recordatorios automáticos: Enviar mensajes de texto para informar al cliente sobre el estado de su servicio.
	Establecimiento de plazos internos de seguimiento: Definir tiempos específicos para contactar a los clientes según el avance del trabajo.

sobre el servicio o producto solicitado.	Coordinación diaria entre áreas: Organizar reuniones breves para actualizar al equipo sobre el progreso de cada servicio.
El 75% de los clientes consideran que muy pocas veces le ofrecen opciones de comunicación digital para realizar consultas o resolver problemas.	Creación de un canal de WhatsApp: Ofrecer atención rápida mediante mensajes y consultas en línea.
	Entrenamiento en herramientas digitales: Capacitar al personal en el uso de WhatsApp y redes sociales.
	Promoción de los canales digitales: Informar a los clientes sobre las opciones de contacto disponibles mediante folletos o anuncios en la tienda
El 55% de los clientes consideran que casi siempre que la calidad del servicio recibido es alta.	Establecimiento de un sistema de control de calidad: Definir y documentar procedimientos de calidad que todos los empleados deben seguir.
	Capacitación regular del personal: Ofrecer cursos periódicos sobre estándares de calidad y procedimientos internos.
	Revisión mensual de la calidad del servicio: Realizar auditorías internas mensuales para identificar y corregir deficiencias.
El 58% de los clientes consideran que casi siempre el servicio cumple con sus expectativas.	Encuestas para establecer expectativas claras con los clientes: para conocer sobre los procesos y resultados esperados de los servicios.
	Registro de opiniones y sugerencias de los clientes: Crear un sistema de encuestas al finalizar el servicio para obtener retroalimentación.
	Análisis de la retroalimentación y ajuste de servicios: Revisar los comentarios y realizar ajustes necesarios en los servicios ofrecidos.

11. Recursos para la Implantación de estrategias

Nº	Estrategias	Humanos	Tecnológico	Tiempo	Presupuesto
01	Planificar e implementar reuniones mensuales de coordinación: Cada área informará avances y dificultades, mejorando la comunicación interna.	Gerente	Plataforma de videoconferencias como Zoom, Google Meet, o Microsoft Teams.	1 día	S/. 100
	Reorganización del espacio laboral: Redistribuir herramientas o equipo y crear zonas de trabajo bien delimitadas para evitar incomodidad y caos.		Software de diseño de planos (opcional) como AutoCAD, herramientas de almacenamiento o mobiliario organizador.	7 días	S/. 400
	Programar y realizar actividades trimestrales de integración: Organizar charlas, jornadas o almuerzos recreativos para fortalecer el trabajo en equipo.		Aplicaciones de planificación de eventos como Doodle o Google Calendar.	1 día	S/. 600
02	Control de inventario y mantenimiento: Implementar un sistema de control semanal de las herramientas y equipos, asegurando que estén en buen estado o se reparen a tiempo.	Gerente / Administrador	Software de gestión de inventario como Excel, Google Sheets, o software especializado como Zoho Inventory.	1 día a la semana	S/. 500
	Reparación y compra de herramientas: Destinar un presupuesto para reparar o reemplazar herramientas y equipos que ya no funcionen adecuadamente.		Uso de catálogos de proveedores en línea o software de gestión de activos para seguimiento de herramientas.	1 mes	S/. 1,200
	Organización del espacio de trabajo: Rediseñar el área de trabajo para tener una distribución clara y ordenada de las herramientas, facilitando su uso. Se puede hacer uso de muebles, cajas o depósitos de organización, separadores, etc.		Aplicaciones para planificar espacios como Planner 5D o simplemente organizar con estanterías y cajas de herramientas.	7 días	S/. 500
03	Implementación de un sistema formal de evaluación: Desarrollar un sistema trimestral de evaluación del rendimiento basado en indicadores como puntualidad, calidad del trabajo, etc.	Gerente / Administrador	Software de recursos humanos como Excel, Google Forms, o plataformas como BambooHR.	Trimestra 1	S/. 500
	Reuniones de retroalimentación individual: el gerente, administrador y jefe del taller deberá reunirse con los empleados para brindarles retroalimentación sobre su		Plataforma de videoconferencias o en persona.	1 día	No aplica: Esta acción puede llevarse a cabo como parte de las

	desempeño, destacando tanto sus logros como las áreas a mejorar.				actividades normales de gestión sin necesidad de presupuesto .
	Definición de objetivos claros: Establecer metas específicas para cada trabajador, alineadas con las necesidades del taller y revisarlas trimestralmente.		Uso de software de planificación como Trello, Monday.com, o Asana para el seguimiento de metas.	Trimestral	No aplica: La definición de objetivos es una práctica de gestión que no requiere inversión monetaria.
04	Diagnóstico de necesidades de capacitación: Realizar encuestas para identificar las áreas en las que los trabajadores necesitan más formación y ajustar los programas de capacitación en base a estos resultados.	Gerente / Administrador	Google Forms, SurveyMonkey para encuestas, plataformas de formación como Udemy o Coursera.	15 días	S/. 150
	Fondo anual para formación: Asignar un porcentaje fijo de las ganancias anuales de la empresa para financiar programas de capacitación continua y asegurar que los empleados se mantengan actualizados.		N/A	Anual	S/. 1,500
	Capacitación interna con expertos locales: Contratar a especialistas para impartir talleres sobre las últimas tecnologías y procedimientos en el sector automotriz.		Uso de herramientas de videoconferencia o presenciales; equipos de proyección.	1 mes	S/. 800
05	Rediseño de los incentivos: Ajustar los beneficios para alinearlos con las expectativas y preferencias de los empleados (días libres, premios, etc).	Gerente / Administrador	Uso de software de gestión de recursos humanos como BambooHR o Excel para registrar incentivos.	1 mes	S/. 300

	Establecimiento de políticas claras de incentivos: Crear un sistema transparente que explique cómo los empleados pueden acceder a los beneficios, como un incentivo por el número de reparaciones cumplidas al mes o al año		Documentación en software como Word, Excel o Google Docs para la creación de las políticas.	1 mes	S/. 300
06	Asignación de un fondo específico para bonificaciones : Establecer un presupuesto fijo para recompensas y asegurar su distribución de manera equitativa.	Gerente / Administrador	Software de contabilidad como QuickBooks, Excel para gestionar el presupuesto de bonificaciones.	1 mes	S/. 1,500
	Transparencia y comunicados. Establecer un calendario público de entrega de incentivos y comunicar claramente los criterios de elegibilidad sobre cuándo y cómo se distribuyen las recompensas.		Correo electrónico, WhatsApp, software de gestión como Slack o Trello.	1 mes	No aplica: Publicar un calendario y comunicar criterios es una actividad que no requiere presupuesto .
	Definición de criterios de recompensa claros: Establecer un sistema de medición de desempeño que permita a los empleados conocer qué deben hacer para recibir recompensas.		Plataformas de evaluación como Google Forms o software de RRHH.	1 mes	S/. 100
07	Fomento de la cultura de reconocimiento: Crear un ambiente donde se reconozcan y celebren regularmente los logros de los trabajadores. Enviar correos de felicitación o mensajes por WhatsApp por logros alcanzados.	Gerente / Administrador	WhatsApp, correos electrónicos, sistema de mensajería para notificar logros.	1 día	No aplica: Cambiar la cultura organizacional puede hacerse a través de acciones de liderazgo sin inversión monetaria.
	Implementación de un sistema de premios mensuales: Crear un reconocimiento público, como Empleado del mes, para premiar los logros más destacados.		Sistema de gestión como Trello o Google Sheets para realizar el seguimiento de logros.	1 día al mes	S/. 500

08	Capacitación en resolución de problemas y gestión de conflictos: Impartir talleres para entrenar al personal en técnicas efectivas para gestionar quejas y encontrar soluciones rápidas.	Gerente / Administrador	Plataformas como Zoom o Google Meet para talleres virtuales o presenciales.	1 semana	S/200
	Protocolos de acción rápida: Crear guías con pasos claros para resolver problemas sin consultar a superiores, siempre que no excedan ciertos límites.		Documentación en Word, Excel o Google Docs para establecer guías de actuación.	1 mes	No aplica: Esta guía puede desarrollarse internamente sin costos.
	Distribución equitativa del trabajo: Revisar la carga laboral semanalmente para evitar sobrecarga.		Software de planificación de trabajo como Trello, Excel o Asana.	1 día a la semana	No aplica: Esta revisión es parte de la gestión diaria sin necesidad de inversión.
09	Programa de formación continua en conocimientos técnicos: Actualizar al personal en los servicios más solicitados para transmitir seguridad.	Gerente / Administrador	Plataformas de formación como Udemy, Coursera, o conferencias virtuales.	Trimestral	S/200
	Estrategia de fidelización: Fomentar relaciones a largo plazo con clientes frecuentes mediante descuentos exclusivos, contando con una base de datos más amplia.		Software de gestión de clientes (CRM) como HubSpot o Zoho CRM.	1 mes	S/500
	Mejorar la precisión en la atención: Implementar listas de control para evitar errores en facturación o entrega, es decir tener precios establecidos para reparaciones o productos comunes.		Uso de listas de control en Excel, Google Sheets o software de facturación.	1 día	S/100
10	Automatización parcial de procesos: Utilizar software sencillo para registro y facturación rápida.	Gerente / Administrador	Software de registro y facturación como QuickBooks o sistema ERP básico.	1 mes	S/300
	Establecimiento de roles dinámicos: Asignar funciones específicas al personal según la afluencia de clientes.		Sistema de gestión de personal como Asana o Trello.	1 semana	No aplica: Esta asignación de roles puede hacerse sin

					costos adicionales.
	Implementación de un sistema de turnos en horas pico: Asignar un responsable para controlar la cantidad de clientes atendidos en momentos de alta demanda.		Sistema de planificación de turnos en Excel o software especializado como Deputy.	1 mes	No aplica: Esta medida se puede implementar sin necesidad de inversión.
11	Entrenamiento en habilidades blandas y atención al cliente: Realizar talleres sobre trato cordial, escucha activa y lenguaje positivo.	Gerente / Administrador	Plataformas como Coursera, Udemy, Zoom para impartir los talleres.	1 semana	S/300
	Sistema de incentivos por buen trato: Crear un esquema de reconocimiento mensual para quienes mantengan altos niveles de cortesía.		Registro en Excel o software de RRHH para seguimiento de niveles de cortesía.	1 día al mes	S/ 100
	Supervisión ocasional con feedback inmediato: El jefe del taller monitoreará interacciones y dará sugerencias de mejora.		Reuniones presenciales o videoconferencias, uso de WhatsApp para retroalimentación inmediata.	1 día	No aplica: Esto forma parte del trabajo del supervisor y no requiere presupuesto
12	Elaboración de guías de comunicación: Crear un manual con frases clave para explicar servicios y resolver preguntas comunes.	Gerente / Administrador	Word o Google Docs para creación de guías.	1 mes	No aplica: Puede hacerse internamente sin costo.
	Feedback regular sobre la claridad en las interacciones: Supervisores revisarán ejemplos de conversación y ofrecerán sugerencias.		Google Forms o reuniones para evaluar la calidad de la atención.	1 día al mes	No aplica: Parte de las funciones del supervisor, sin costo adicional.
	Uso de lenguaje claro y accesible: Capacitar al personal para evitar jergas o tecnicismos innecesarios.		Talleres presenciales o en línea sobre habilidades de comunicación, uso de plataformas como Zoom.	1 semana	S/ 200
13	Implementación de recordatorios automáticos: Enviar mensajes de texto para informar al cliente sobre el estado de su servicio.	Gerente / Administrador	Sistemas de SMS automatizados como Twilio, WhatsApp Business API.	Diario	S/100

	Establecimiento de plazos internos de seguimiento: Definir tiempos específicos para contactar a los clientes según el avance del trabajo.		Sistema de seguimiento de proyectos como Trello o Asana.	1 día	S/ 200
	Coordinación diaria entre áreas: Organizar reuniones breves para actualizar al equipo sobre el progreso de cada servicio.		Reuniones breves a través de WhatsApp o videollamadas en Zoom, Google Meet.	Diario	No aplica: Esta coordinación puede realizarse sin costo.
14	Creación de un canal de WhatsApp: Ofrecer atención rápida mediante mensajes y consultas en línea.	Gerente / Administrador	WhatsApp Business.	1 día	S/ 200
	Entrenamiento en herramientas digitales: Capacitar al personal en el uso de WhatsApp y redes sociales.		Plataformas como Udemy, Coursera para formación en redes sociales y WhatsApp Business.	1 semana	S/100
	Promoción de los canales digitales: Informar a los clientes sobre las opciones de contacto disponibles mediante folletos o anuncios en la tienda		Diseño de folletos o banners a través de software como Canva o Adobe Spark, uso de redes sociales para promoción.	15 días	S/200
15	Establecimiento de un sistema de control de calidad: Definir y documentar procedimientos de calidad que todos los empleados deben seguir.	Gerente / Administrador	Documentación de procedimientos en Word o Google Docs, listas de verificación en Excel.	1 mes	No aplica: Esta documentación puede realizarse internamente sin costos.
	Capacitación regular del personal: Ofrecer cursos periódicos sobre estándares de calidad y procedimientos internos.		Plataformas de formación continua como Udemy o Zoom para talleres presenciales.	Trimestral	S/ 200
	Revisión mensual de la calidad del servicio: Realizar auditorías internas mensuales para identificar y corregir deficiencias.		Auditorías internas usando listas de verificación en Excel o Google Sheets.	1 día al mes	S/100
16	Encuestas para establecer expectativas claras con los clientes: para conocer sobre los procesos y resultados esperados de los servicios.	Gerente / Administrador	Google Forms o SurveyMonkey para encuestas.	1 semana	S/200
	Registro de opiniones y sugerencias de los clientes: Crear un sistema de encuestas al finalizar el servicio para obtener retroalimentación.		Software de encuestas como Google Forms, SurveyMonkey, o sistemas CRM para	Continuo	S/100

			seguimiento de retroalimentación.		
	Análisis de la retroalimentación y ajuste de servicios: Revisar los comentarios y realizar ajustes necesarios en los servicios ofrecidos.		Google Sheets o CRM para análisis de datos y ajustes en los procesos según las opiniones.	1 día al mes	S/ 100

12. Cronograma de actividades

Nº	Actividades	Inicio	Termino	2025																			
				Enero				Febrero				Marzo				Abril							
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
1	Planificar e implementar reuniones mensuales de coordinación: Cada área informará avances y dificultades, mejorando la comunicación interna.	06/01/2025	30/04/2025		X				X					X					X				
2	Reorganización del espacio laboral: Redistribuir herramientas o equipo y crear zonas de trabajo bien delimitadas para evitar incomodidad y caos.	06/01/2025	13/01/2025		X	X																	
3	Programar y realizar actividades trimestrales de integración: Organizar charlas, jornadas o almuerzos recreativos para fortalecer el trabajo en equipo.	06/01/2025	06/01/2025		X																		
4	Control de inventario y mantenimiento: Implementar un sistema de control semanal de las herramientas y equipos, asegurando que estén en buen estado o se reparen a tiempo.	06/01/2025	30/04/2025		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
5	Reparación y compra de herramientas: Destinar un presupuesto para reparar o reemplazar herramientas y equipos que ya no funcionen adecuadamente.	06/01/2025	31/01/2025		X	X	X																
6	Organización del espacio de trabajo: Rediseñar el área de trabajo para tener una distribución clara y ordenada de las herramientas, facilitando su uso. Se puede hacer uso de muebles, cajas o depósitos de organización, separadores, etc.	06/01/2025	13/01/2025		X	X																	
7	Implementación de un sistema formal de evaluación: Desarrollar un sistema trimestral de evaluación del rendimiento basado en indicadores como puntualidad, calidad del trabajo, etc.	06/01/2025	31/03/2025		X														X				
8	Reuniones de retroalimentación individual: el gerente, administrador y jefe del taller deberá reunirse con los empleados para brindarles retroalimentación sobre su desempeño, destacando tanto sus logros como las áreas a mejorar.	15/01/2025	30/04/2025					X				X					X						X

19	Implementación de un sistema de premios mensuales: Crear un reconocimiento público, como Empleado del mes, para premiar los logros más destacados.	31/01/2025	30/04/2025				X				X				X				X
20	Capacitación en resolución de problemas y gestión de conflictos: Impartir talleres para entrenar al personal en técnicas efectivas para gestionar quejas y encontrar soluciones rápidas.	01/02/2025	07/02/2025					X											
21	Protocolos de acción rápida: Crear guías con pasos claros para resolver problemas sin consultar a superiores, siempre que no excedan ciertos límites.	01/02/2025	28/02/2025					X											
22	Distribución equitativa del trabajo: Revisar la carga laboral semanalmente para evitar sobrecarga.	06/01/2025	30/04/2025		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
23	Programa de formación continua en conocimientos técnicos: Actualizar al personal en los servicios más solicitados para transmitir seguridad.	01/02/2025	31/03/2025					X	X			X	X						
24	Estrategia de fidelización: Fomentar relaciones a largo plazo con clientes frecuentes mediante descuentos exclusivos, contando con una base de datos más amplia.	06/01/2025	31/04/2025		X					X			X			X			X
25	Mejorar la precisión en la atención: Implementar listas de control para evitar errores en facturación o entrega, es decir tener precios establecidos para reparaciones o productos comunes.	06/01/2025	06/01/2025		X														
26	Automatización parcial de procesos: Utilizar software sencillo para registro y facturación rápida.	01/02/2025	28/02/2025					X	X	X									
27	Establecimiento de roles dinámicos: Asignar funciones específicas al personal según la afluencia de clientes.	01/02/2025	07/02/2025					X											
28	Implementación de un sistema de turnos en horas pico: Asignar un responsable para controlar la cantidad de clientes atendidos en momentos de alta demanda.	01/02/2025	28/02/2025					X	X	X									
29	Entrenamiento en habilidades blandas y atención al cliente: Realizar talleres sobre trato cordial, escucha activa y lenguaje positivo.	01/02/2025	07/02/2025					X											

44	Encuestas para establecer expectativas claras con los clientes: para conocer sobre los procesos y resultados esperados de los servicios.	01/02/2025	07/02/2025					X										
45	Registro de opiniones y sugerencias de los clientes: Crear un sistema de encuestas al finalizar el servicio para obtener retroalimentación.	01/02/2025	31/03/2025					X					X					
46	Análisis de la retroalimentación y ajuste de servicios: Revisar los comentarios y realizar ajustes necesarios en los servicios ofrecidos.	01/03/2025	30/04/2025									X						X

VI. Conclusiones

La presente investigación se llevó a cabo con el propósito de analizar y mejorar las áreas de desempeño laboral y atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. El estudio se fundamenta en la necesidad de optimizar las condiciones laborales para aumentar la eficiencia y la satisfacción de los empleados, así como en la importancia de fortalecer la relación con los clientes a través de una atención más empática y eficaz. A partir de este análisis, se diseñó un plan de mejora que no solo busca resolver los problemas identificados, sino también establecer una base sólida para que la empresa continúe creciendo en un mercado competitivo.

Además, se identificaron las características de las condiciones laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L. en el cual se encontró que la mayoría de los trabajadores señala que algunas veces el ambiente laboral es adecuado para desempeñar sus actividades de manera eficiente. Además, la minoría considera que casi siempre disponen de los recursos y herramientas necesarios para llevar a cabo sus funciones, lo que indica que, aunque las condiciones generales son aceptables, se requieren mejoras para asegurar que todos los empleados cuenten con los insumos necesarios de manera constante.

Se definieron las características de la evaluación del desempeño en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L. donde se encontró que la totalidad de los trabajadores afirman que muy pocas veces se realizan evaluaciones de su rendimiento, lo que sugiere la necesidad de implementar un sistema más regular y formal. Además, todos los trabajadores coinciden en que casi nunca reciben capacitación para mejorar sus habilidades, lo que impacta negativamente en su desarrollo profesional y en la calidad del trabajo que realizan.

Asimismo, se describieron las características de los incentivos laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L. en el cual se encontró que la mayoría de los trabajadores mencionaron que algunas veces se siente motivado por los incentivos que recibe, también la mayoría de los trabajadores señalaron las bonificaciones o recompensas por su esfuerzo son poco frecuentes. Esto refleja una oportunidad para rediseñar el sistema de incentivos, alineándolo más con las expectativas de los empleados para mejorar su motivación.

Se definieron las características de la empatía con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L. donde la mayoría de los clientes señalaron que algunas veces el personal muestra interés en resolver sus problemas o inquietudes. Aunque reconocen que la atención es rápida y eficiente en muchas ocasiones, también existe una percepción de que la cortesía en el trato podría mejorar. Este aspecto es crucial para asegurar la fidelización de los clientes y fortalecer la reputación de la empresa.

También, se describieron las características de la comunicación con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L. en la cual se encontró que la mayoría de los clientes señalaron que algunas veces la comunicación con el personal es fluida, pero que muy pocas veces se les ofrecen opciones de comunicación digital para resolver consultas o problemas. Esto representa una clara oportunidad de mejora, ya que la implementación de canales digitales puede aumentar la accesibilidad y la satisfacción del cliente.

Se identificaron las características de la satisfacción del cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L. donde se encontró que la mayoría de los clientes considera que casi siempre la calidad del servicio que reciben es alta y que generalmente el servicio cumple con sus expectativas. No obstante, la consistencia en la calidad no es total, lo que sugiere la necesidad de estandarizar procesos para garantizar un nivel uniforme de servicio en todas las interacciones con los clientes.

Por último, se elaboró una propuesta de un plan de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L. Esta propuesta incluyó la organización de reuniones mensuales para mejorar la comunicación interna, la reorganización de los espacios de trabajo para incrementar la eficiencia, y la implementación de un sistema formal de evaluación del desempeño. Además, se sugirió un rediseño de los incentivos laborales y la capacitación del personal en habilidades blandas y gestión de conflictos. Estas medidas no solo buscan elevar la calidad del servicio al cliente, sino también aumentar la motivación y satisfacción de los empleados, permitiendo así que la empresa sea más competitiva en el mercado.

VII. Recomendaciones

Implementar de manera gradual el plan de mejora propuesto para optimizar las áreas de desempeño laboral y fortalecer la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L. Es recomendable establecer indicadores de desempeño que permitan medir el avance en eficiencia y satisfacción tanto de los empleados como de los clientes, y realizar revisiones periódicas para asegurar que las estrategias aplicadas cumplan con los objetivos de crecimiento y competitividad planteados en el análisis.

Optimizar el ambiente laboral mediante la reorganización de los espacios de trabajo, creando áreas mejor definidas para que los empleados puedan desempeñar sus actividades con mayor comodidad y eficiencia. Asegurar la disponibilidad constante de herramientas y recursos necesarios, implementando un sistema de control riguroso de inventario que permita identificar rápidamente las necesidades de reposición. Asimismo, proponer la mejora de las condiciones físicas del entorno laboral para incentivar un ambiente más colaborativo y productivo, lo que contribuiría a un aumento en la eficiencia y bienestar de los trabajadores.

Desarrollar un sistema formal y periódico de evaluación del desempeño que monitoree los avances y las áreas de mejora de cada empleado, permitiendo identificar necesidades individuales y grupales. Proponer que las evaluaciones incluyan feedback constructivo, para orientar a los empleados sobre cómo mejorar en sus funciones. Además, implementar un programa continuo de capacitación que se enfoque en actualizar las habilidades técnicas y blandas del personal, asegurando que estén al día con las últimas tendencias del sector y mejorando la calidad del servicio ofrecido. Establecer un cronograma anual de capacitaciones que incluya talleres prácticos y formación en nuevas tecnologías aplicables al rubro.

Reestructurar el sistema de incentivos de la empresa, alineándolo mejor a las expectativas y necesidades de los trabajadores. Recomendar implementar bonificaciones por productividad, puntualidad y calidad del trabajo, que se entreguen de manera más frecuente y en función de resultados medibles. También, considerar la inclusión de incentivos no monetarios, como días adicionales de descanso, reconocimientos públicos o acceso a programas de bienestar laboral. Fomentar un esquema transparente de incentivos que

permita establecer metas claras y alcanzables para los empleados, contribuyendo a un aumento en su motivación y compromiso con los objetivos de la empresa.

Capacitar al personal en habilidades blandas como la empatía, la comunicación efectiva y la resolución de conflictos para mejorar la interacción con los clientes. Desarrollar talleres que enseñen técnicas de escucha activa y fortalezcan la capacidad del personal para resolver problemas de manera rápida y eficiente. Además, establecer protocolos claros para gestionar quejas y consultas, con el objetivo de brindar un servicio más personalizado y cortés. Esto no solo incrementará la satisfacción del cliente, sino que también contribuirá a mejorar la reputación de la empresa en el mercado.

Fortalecer los canales de comunicación con los clientes mediante la incorporación de herramientas digitales como WhatsApp y redes sociales, lo que permitirá resolver dudas y consultas de manera más ágil y accesible. Capacitar al personal en el uso de estas herramientas para asegurar una interacción fluida y profesional. Asimismo, desarrollar un plan de comunicación digital que incluya campañas de atención personalizada, que fomente la fidelización de los clientes actuales y atraiga a nuevos consumidores, mejorando la accesibilidad y la rapidez en la atención.

Estandarizar los procesos internos de la empresa mediante la implementación de manuales de procedimientos que garanticen la uniformidad en la calidad del servicio ofrecido. Desarrollar un sistema de auditorías periódicas que monitoree la calidad del trabajo realizado, identificando áreas donde se puedan realizar mejoras. Además, proponer la creación de un comité de calidad que supervise la implementación de estos procesos y asegure que se mantengan altos estándares en cada interacción con el cliente. Esto permitirá elevar la consistencia en el servicio, aumentando la satisfacción del cliente y mejorando la imagen de la empresa.

Implementar de manera integral la propuesta de mejora del desempeño laboral y la atención al cliente, que incluya la organización de reuniones mensuales para fortalecer la comunicación interna entre los diferentes departamentos, mejorando la coordinación y el flujo de información. Además, reorganizar los espacios de trabajo para incrementar la eficiencia operativa y proponer un sistema formal de evaluación del desempeño, que permita identificar y corregir fallas en el servicio. Finalmente, desarrollar capacitaciones en habilidades blandas y resolución de conflictos, fomentando un ambiente de trabajo

colaborativo que contribuya tanto a la satisfacción de los empleados como a la mejora continua del servicio al cliente.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, R. A. (2020). Clasificación de las investigaciones. *Revista. ULIMA*. Cog-10818. <https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/10818?locale-attribute=es>
- Andrade, W. A. Z., Martínez, J. A. P., Noguera, L. A. S., y Aguilar, G. I. S. (2023). Desempeño Laboral. Revisión literaria. *Commercium plus*, 5(1), 1-12. https://revistasacademicas.ucol.mx/index.php/commercium_plus/article/view/638
- Bautista, C. R., y Cienfuegos, F. R. (2020). El desempeño laboral desde una perspectiva teórica. *Revista. UPEU*. Bachiller. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/20.500.12840/3687/4/Rosita_Trabajo_Bachiller_2020.pdf
- Bengoechea, D. (2022). Servicio de atención al cliente: definición, tipos y mejores herramientas. 452-854 (Drop).
- Cañari, A. (2017, agosto 28). ¿Qué son las pymes peruanas y por qué deben internacionalizarse? Blog USIL. <https://blogs.usil.edu.pe/facultad-derecho/relaciones-internacionales/pymes-peruanas-importancia-internacionalizacion>
- Cervantes, G., Muñoz, G., y Inda, A. (2020). El trabajo en equipo y su efecto en la calidad del servicio a clientes. *Revista espacios*, 41(14), 27-37. <http://ww.revistaespacios.com/a20v41n14/a20v41n14p27.pdf>
- Condori, C. A. R. (2021). *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas, rubro mantenimiento y reparación de vehículos automotores: caso grupo Loayza, distrito Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, Ayacucho, 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/24512>
- Cuello, R. B., Fructus, R. C., y Panduro, J. D. A. (2020). El desempeño laboral desde una perspectiva teórica. *Revista de investigación valor agregado*, 7(1), 54-60. <https://riva.upeu.edu.pe/index.php/riva/article/view/1417>
- Da Silva, D. (2020). *¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad*. Web Content y SEO Associate, LATAM.

- De Oca, H. C. M. (2021). Evolución del concepto calidad y aporte al desarrollo regenerativo desde la estrategia empresarial. *Revista perspectiva empresarial*, 8(2), 48-64. <https://revistas.ceipa.edu.co/index.php/perspectiva-empresarial/article/view/717>
- Espinar, M. L. (2023). Diccionario Posverdad. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 29(3).
- Espinel, J. D. E., y Ferie, C. P. (2020). Gestión de la calidad en los servicios de atención al cliente. Caso Cooperativa Chone Ltda. Polo del Conocimiento: *Revista científico-profesional*, 5(8), 42-65. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7554392>
- Espinoza, D. D. H. (2023). *Capacitación para mejorar el desempeño laboral de la micro empresa rubro restaurante: sabores de casa en la ciudad de Huaraz, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/32916>
- Fernandez, M. M. (2023). Importancia del Feedback para mejorar el desempeño laboral de los trabajadores en la empresa constructora inversiones DFER EIRL en Pichanaki, 2022. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/33899>
- Flores, H. R. M. (2023). *La motivación para mejorar el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Transporte y Comercio Flores S.R.L., en la provincia de Huari, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/32933>
- Flores, V. N. W. (2024). *Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de la calidad en la pequeña empresa restaurante El Doradito a La Leña S.A.C, Distrito Huaraz, 2024*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/37039>
- Florez, L. K. J. (2021). La importancia de la calidad y el servicio. *Revista Neuronum*, 7(3), 37-41. <http://eduneuro.com/revista/index.php/revistanuronum/article/view/335>
- Geraldo, C. L. A. (2022). Validación de la escala desempeño laboral individual en colaboradores peruanos. *Revista de investigación en psicología*, 25(1), 63-81.

http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1609-74752022000100063yscript=sci_arttextytlng=pt

Gómez, C. A. T. (2023). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*-2da edición. Ecoe Ediciones.

<https://books.google.es/books?hl=esylr=yid=ZOrGEAAAQBAJyoi=fndypg=PA5y dq=atenci%C3%B3n+al+cliente+definicionesyots=cx7qZLj55xysig=Y3XX4qF Fn CZcip2QjTJIJjapw0>

González, L. N., Rey, M. A., Mora, S. N., y Pacheco, M. A. (2021). *Atención al cliente: Servicios que ofrecen las EP de GAD del cantón Machala-2020*. 593 Digital Publisher CEIT, 6(3), 287-297. <https://doi.org/10.33386/593dp.2021.3.582>

Granados, S. N. L. (2024). *Propuesta de mejora del trabajo en equipo para mejorar la atención al cliente en la empresa turismo Cahuish S.R.L., Huaraz, 2024*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/37340>

Ibáñez, R. P. Y., y Vargas, E. C. N. (2020). *Desarrollo de un modelo para la mejora continua en la calidad de los servicios de atención al cliente de los cinemas de Cine Colombia en Bogotá*. [Tesis de pregrado, Universidad Cooperativa de Colombia, Bogotá]. <https://repository.ucc.edu.co/items/c8c8e885-274e-4109-9742-c1df5ec08be9>

Irving, T. S. F., y Palacios, B. R. M. (2021). Un acercamiento teórico del desempeño laboral. *Revista de Investigación Valor Agregado*, 8(1), 86-98. <https://riva.upeu.edu.pe/index.php/riva/article/view/1633>

Jamanca, S. H. S. (2024). *Gestión de calidad para mejorar el desempeño laboral en la empresa de transportes turismo Gian Oscar, provincia de Huaraz 2023*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/35562>

Lapa, F. S. (2023). *Capacitación para la mejora del desempeño laboral de la empresa inversiones medina constructora y consultora S.A.C., distrito Jesús Nazareno – Ayacucho, 2023*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/34590>

- Laura, Q. C. D. (2022). Metodología de la investigación: El método ARIAS para desarrollar un proyecto de tesis. <https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/3109>
- Licandro, O. (2023). Voluntariado corporativo: definición y relación con la Responsabilidad Social Empresarial. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 13(25), 107-121. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1390-86182023000100107
- Lino, H. A. (2023). *Propuestas de mejora de los factores relevantes de la atención al cliente para la gestión de calidad de la micro y pequeña empresa: Caso peluquería unisex Elis de la ciudad de Huaraz 2021*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/34154>
- Llantoy, J. A. A. (2023). *Desempeño laboral en las micro y pequeñas empresas rubro Instituciones Educativas Privadas: Caso I.E.P Evangélica Apóstol Pablo, distrito Andres Avelino Caceres Dorregaray Ayacucho, 2020*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/33856>
- López, M. I. S. C., Diez, Á. J. C., y Torres, E. S. N. (2020). Estrategias de calidad de servicio para la satisfacción del cliente de una empresa privada. *Revista científica epistemiA*, 4(2). <https://revistas.uss.edu.pe/index.php/EPT/article/view/1322>
- Mori, K. O. C., y Bardales, J. M. D. (2020). Gestión del talento humano en el desempeño laboral. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 4(2), 684-703. <https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/107>
- Navarrete, F. J. B. (2021). Calidad: un nuevo enfoque conceptual y definiciones. *Revista Ingeniería Industrial*, 20(1), 3. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8183418>
- Noroña, G. T., y Gavilanes, K. M. (2023). Desempeño laboral: un análisis de las habilidades, oportunidades y motivación del capital humano del sector financiero cooperativista año 2021. *593 Digital Publisher CEIT*, 8(2), 276-289. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9124252>

- Ohunakin, F., y Olugbade, O. A. (2022). *Influence of communication on job performance in companies in the automotive sector in the USA*, [Tesis de doctorado, Universidad de Florida, Estados Unidos]. 42, 10089. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.10089>
- Quinto, M. A. D. R. A., Torres, M. W. Y. A., Ramírez, M. N. A. C., y Campaña, M. C. M. F. (2022). Clima organizacional y desempeño laboral. *Ciencia latina revista científica Multidisciplinar*, 6(1), 1382-1393. <https://www.ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/1588>
- Reyna, Q. Y. A. (2022). *La Atención al Cliente en el Restaurante D' Fernando del complejo Las Palmas, Ciudad Esmeraldas*. [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Escuela de Hotelería y Turismo, Esmeraldas]. <https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/3bbca142-75b8-4870-8953-a6f7375db8b7/content>
- Romero, B. W. J. (2023). *La calidad de servicio para mejorar la atención al cliente en la empresa constructora Conorth SAC. Sullana, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/32741>
- Sánchez, A. Á., y Navarro, J. J. G. (2020). *Comunicación y atención al cliente*. Editorial Editex. [https://iessanvicente.com/dpto/administracion/programacion ComunicYAtencCliente_2013_14.pdf](https://iessanvicente.com/dpto/administracion/programacion_ComunicYAtencCliente_2013_14.pdf)
- Santamaría, R. J. G. (2020). *Incidencia del clima organizacional en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Datapro SA s* [Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador]. <http://hdl.handle.net/10644/7204>
- Sierra, R. Y. (2022). Gestión del talento humano como estrategia para el óptimo desempeño laboral: Un estudio de revisión sistemática. *Revista Business Innova Sciences*, 3(3), 61-76. <http://www.innovasciencesbusiness.org/index.php/ISB/article/view/119>
- Tito, R. 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

- pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú].
<https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/24308>
- Ugalde, S. H. G. (2020). *Atención al Cliente en la microempresa El Baratazo, en la Provincia de Esmeraldas*. [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Escuela de Administración de Empresas, Esmeraldas].
<https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/b0494c9c-3adf-43fc-a7eaabb6dd45de36/content>
- Valle, A., Manrique, L., y Revilla, D. (2022). *La investigación descriptiva con enfoque cualitativo en educación*. [Tesis, Pontificia Universidad Católica del Perú].
<https://repositorio.pucp.edu.pe/index/handle/123456789/184559>
- Villacres, C. I. K. ., y Velásquez, G. M. T. . (2022). *Study of the workload in the performance of work of the operative personnel of the fire department of the Quevedo Canton*. *Sapienza: International Journal of Interdisciplinary Studies*, [Tesis de maestría, Universidad Técnica de Manabí, Ecuador] 3(7), 197–214.
<https://doi.org/10.51798/sijis.v3i7.532>
- Villavicencio, R. L. A. (2022). *Propuesta de mejora en la motivación del personal y su desempeño laboral en la empresa servicios Múltiples e Cescar´ S EIRL, distrito Chimbote, 2022*. [Tesis de pregrado, Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/31025>
- Zavala, G. M. F., Cayllahua, F. W. V., y Yactayo, A. C. N. (2021). Calidad de servicio y su relación con la fidelización de los clientes. *Revista arbitrada interdisciplinaria Koinonia*, 6(1), 200-221.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7953213>

Anexos

Anexo 1. Carta de recojo de datos



Chimbote, 27 de agosto del 2024

CARTA N° 0000001426- 2024-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA

Señor/a:

**CHAVEZ CALVO NOEL DAVID
EMPRESA DE SERVICIOS BISIESTO E.I.R.L.**

Presente.:

A través del presente reciba el cordial saludo a nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, asimismo solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA DE SERVICIOS BISIESTO E.I.R.L., HUARAZ, 2024, que involucra la recolección de información/datos en TRABAJADORES Y CLIENTES, a cargo de YASURY ANNISON IZAGUIRRE MANRIQUE, perteneciente a la Escuela Profesional de la Carrera Profesional de ADMINISTRACIÓN, con DNI N° 75766901, durante el período de 02-09-2024 al 11-10-2024.

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.



Mgr. Roxana Torres Guzmán
COORD. DE GESTIÓN DE LA INVESTIGACIÓN (A)

EMPRESA DE SERVICIOS
BISIESTO E.I.R.L.
Chavez Calvo Noel David
GERENTE GENERAL
. Recibido

Anexo 2. Documento de autorización para el desarrollo de la investigación

*Año del Bicentenario, de la consolidación de nuestra Independencia, y
de la conmemoración de las heroicas batallas de Junín y Ayacucho.*

Autorización de la Empresa de Servicios Bisieto E.I.R.L.

Huaraz, 02 de setiembre de 2024

Srta. Izaguirre Manrique Yasury Annison

Estimada Izaguirre, reciba un cordial saludo y mis mejores deseos para el éxito en su proyecto académico. Me dirijo a usted en mi calidad de gerente general y propietario de la **Empresa de Servicios Bisieto E.I.R.L.**, con RUC 20489496659.

Por medio de la presente, tengo el agrado de autorizarle a usted Izaguirre Manrique Yasury Annison, son código de matrícula 1211191112 e la carrera profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, para llevar a cabo su investigación titulada "**Propuesta de Mejora del Desempeño Laboral para la Atención al Cliente en la Empresa de Servicios Bisieto E.I.R.L, Huaraz, 2024**", la cual consideramos de gran relevancia para la mejora continua de nuestro servicio.

Autorizamos el uso del nombre de nuestra empresa en su investigación, así como el desarrollo de las encuestas a nuestros trabajadores y clientes dentro de nuestras instalaciones, como parte del estudio que usted está realizando. Esta autorización es válida durante los meses de setiembre a noviembre del 2024.

Agradecemos su interés en contribuir con su proyecto a la mejora del desempeño laboral y la atención al cliente en nuestra empresa, y estamos seguros de que su investigación será de gran utilidad para el desarrollo y crecimiento de nuestro servicio.

Quedamos a su disposición para brindarle cualquier apoyo adicional que pueda necesitar durante el desarrollo de su investigación. No dude en contactarnos para cualquier consulta o requerimiento.

Atentamente,


EMPRESA DE SERVICIOS
BISIETO E.I.R.L.

Chavez Castro Noel David
GERENTE GENERAL
FIRMA

Anexo 3. Matriz de Consistencia

Título: Propuesta de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024

Formulación de problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>Problema general: ¿Cuál es la propuesta de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024?</p> <p>Problemas específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> □ ¿Cuáles son las características de las condiciones laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024? □ ¿Cuáles son las características de la evaluación del desempeño en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024? □ ¿Cuáles son las características de los incentivos laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024? □ ¿Cuáles son las características de la empatía con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024? □ ¿Cuáles son las características de la comunicación con el cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024? □ ¿Cuáles son las características de la satisfacción del cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024? □ ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024? 	<p>Objetivo general: Establecer una propuesta de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Variable 1: Desempeño laboral:</p> <ul style="list-style-type: none"> □ Identificar las características de las condiciones laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. □ Definir las características de la evaluación del desempeño en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. □ Describir las características de los incentivos laborales en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. <p>Variable 2: Atención al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> □ Definir las características de la empatía en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. □ Describir las características de la comunicación en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. □ Identificar las características de la satisfacción del cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024. □ Elaborar una propuesta de un plan de mejora del desempeño laboral para la atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024 	<p>En el presente estudio, no se ha planteado una hipótesis, ya que la investigación se desarrolló bajo un enfoque descriptivo. De acuerdo con Valle et al. (2022) en los estudios de nivel descriptivo el objetivo principal es detallar las características de un fenómeno sin intervenir en sus variables o resultados, lo que elimina la necesidad de proponer una hipótesis. Por esta razón, el estudio se enfocó en observar y describir detalladamente el desempeño laboral y la atención al cliente en la empresa mencionada, sin la necesidad de una hipótesis que dirija el proceso investigativo.</p>	<p>Desempeño laboral</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Condicións laborales • Evaluación del desempeño • Incentivos laborales <p>Atención al cliente</p> <p>Dimensiones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Empatía con el cliente • Comunicación con el cliente • Satisfacción del cliente 	<p>Tipo de investigación Cuantitativo</p> <p>Nivel de la investigación Descriptivo – de propuesta</p> <p>Diseño de la investigación No experimental - transversal.</p> <p>Población y muestra:</p> <p>Población: P1. 10 trabajadores P2. 36 clientes</p> <p>Muestra: M1. 10 trabajadores M2. 36 clientes</p> <p>Técnica e instrumento:</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo 4. Instrumento de recolección de información



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN
CUESTIONARIO
DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES

El presente cuestionario tiene por objetivo recabar información de la variable desempeño laboral en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024

INSTRUCCIONES: A continuación, le presentamos las preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, marcar con un aspa (x) aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo a las siguientes alternativas.

Respecto al desempeño laboral

Marque con una (x) dentro del recuadro según corresponda su apreciación

	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
N°	Ítems				Alternativa
V1: Desempeño Laboral					
D1: Condiciones Laborales (Ambiente laboral, Recursos y herramientas)					
1	¿Con qué frecuencia considera que el ambiente laboral es adecuado para realizar sus actividades de manera eficiente?				1 2 3 4 5
2	¿Con qué frecuencia dispone de los recursos y herramientas necesarias para llevar a cabo su trabajo de manera eficaz?				1 2 3 4 5
D2: Evaluación del Desempeño (Rendimiento Laboral, Capacitación)					
3	¿Con qué frecuencia se realizan evaluaciones de su rendimiento laboral?				1 2 3 4 5
4	¿Con qué frecuencia recibe capacitación para mejorar sus habilidades laborales?				1 2 3 4 5
D3: Incentivos Laborales (Motivación, Recompensa, Reconocimiento)					
5	¿Con qué frecuencia se siente motivado por los incentivos laborales que recibe?				1 2 3 4 5
6	¿Con qué frecuencia la empresa recompensa tu esfuerzo a través de bonificaciones o incentivos?				1 2 3 4 5
7	¿Con qué frecuencia sientes que recibes reconocimiento adecuado por tu trabajo y logros en la empresa?				1 2 3 4 5



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

DIRIGIDO A LOS CLIENTES

El presente cuestionario tiene por objetivo recabar información de la variable atención al cliente en la Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L., Huaraz, 2024

INSTRUCCIONES: A continuación, le presentamos las preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, marcar con un aspa (x) aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo a las siguientes alternativas.

Respecto al atención al cliente

Marque con una (x) dentro del recuadro según corresponda su apreciación

Nunca (1)		Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
N.º	Ítems				Alternativa
V2: Atención al Cliente					
D1: Empatía con el cliente (Interés en solucionar, problemas, Confianza, Tiempo de atención, Cortesía)					
1	¿Con qué frecuencia el personal muestra interés en solucionar sus problemas o inquietudes?				1 2 3 4 5
2	¿Con qué frecuencia siente confianza al interactuar con el personal?				1 2 3 4 5
3	¿Con qué frecuencia recibe una atención rápida y eficiente?				1 2 3 4 5
4	¿Con qué frecuencia el personal es cortés en el trato hacia usted?				1 2 3 4 5
D2: Comunicación con el cliente (Comunicación fluida, Comunicación oportuna, Comunicación digital)					
5	¿Con qué frecuencia la comunicación con el personal es fluida?				1 2 3 4 5
6	¿Con qué frecuencia recibe información oportuna sobre el servicio o producto solicitado?				1 2 3 4 5
7	¿Con qué frecuencia le ofrecen opciones de comunicación digital para realizar consultas o resolver problemas?				1 2 3 4 5
D3: Satisfacción del cliente (Calidad del servicio, Cumplimiento de expectativas)					
8	¿Con qué frecuencia percibe que la calidad del servicio recibido es alta?				1 2 3 4 5
9	¿Con qué frecuencia el servicio cumple con sus expectativas?				1 2 3 4 5

Anexo 5. Ficha técnica de los instrumentos

Ficha de Identificación del Experto

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: URIBE CORNELIO GUIDO ELMER

N° DNI / CE: 70117561 **Edad:** 42

Teléfono / celular: 912 937 055 Email: Eluribmmm876@gmail.com

Título profesional: Administración

Grado académico: Maestría Doctorado:

Especialidad: Gestión Pública

Institución que labora: Unidad de Gestión Educativa Local de Aija

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LA EMPRESA DE SERVICIOS BISIESTO E.I.R.L., HUARAZ, 2024

Autor(es): Izaguirre Manrique Yasury Annison

Programa académico: Facultad de Ciencias e Ingeniería, Escuela Profesional de Administración



Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio
CLAD N° 12504

Firma



Huella digital

Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister: Uribe Cornelio Guido

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

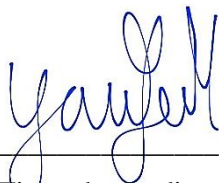
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: Izaguirre Manrique Yasury Annison, Estudiante egresado del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación 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 DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA DE SERVICIOS BISIESTO E.I.R.L., HUARAZ, 2024 y envió 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: 75766901

Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA DE SERVICIOS BISIESTO E.I.R.L., HUARAZ, 2024								
	Variable 1: Desempeño Laboral	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Condiciones Laborales	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Con qué frecuencia considera que el ambiente laboral es adecuado para realizar sus actividades de manera eficiente?	X		X		X		
2	¿Con qué frecuencia dispone de los recursos y herramientas necesarias para llevar a cabo su trabajo de manera eficaz?	X		X		X		
	Dimensión 2: Evaluación del Desempeño							
1	¿Con qué frecuencia se realizan evaluaciones de su rendimiento laboral?	X		X		X		
2	¿Con qué frecuencia recibe capacitación para mejorar sus habilidades laborales?	X		X		X		
	Dimensión 3: Incentivos Laborales							
1	¿Con qué frecuencia se siente motivado por los incentivos laborales que recibe?	X		X		X		

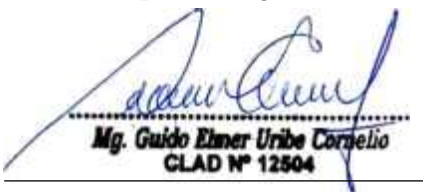
2	¿Con qué frecuencia la empresa recompensa tu esfuerzo a través de bonificaciones o incentivos?	X		X		X		
3	¿Con qué frecuencia sientes que recibes reconocimiento adecuado por tu trabajo y logros en la empresa?	X		X		X		
Variable 2: Atención al Cliente								
Dimensión 1: Empatía con el cliente								
1	¿Con qué frecuencia el personal muestra interés en solucionar sus problemas o inquietudes?	X		X		X		
2	¿Con qué frecuencia siente confianza al interactuar con el personal?	X		X		X		
3	¿Con qué frecuencia recibe una atención rápida y eficiente?	X		X		X		
4	¿Con qué frecuencia el personal es cortés en el trato hacia usted?	X		X		X		
Dimensión 2: Comunicación con el cliente								
1	¿Con qué frecuencia la comunicación con el personal es fluida?	X		X		X		
2	¿Con qué frecuencia recibe información oportuna sobre el servicio o producto solicitado?	X		X		X		

3	¿Con qué frecuencia le ofrecen opciones de comunicación digital para realizar consultas o resolver problemas?	X		X		X		
Dimensión 3: Satisfacción del cliente								
1	¿Con qué frecuencia percibe que la calidad del servicio recibido es alta?	X		X		X		
2	¿Con qué frecuencia el servicio cumple con sus expectativas?	X		X		X		

Recomendaciones: Considero que el instrumento propuesto es válido y aplicable para evaluar las variables de desempeño laboral en los trabajadores de la empresa y atención al cliente en los clientes.

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

Nombres y Apellidos de experto: Mg. Uribe Cornelio Guido Elmer **DNI:** 70117561



Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio
GLAD N° 12504

Firma



Ficha de Identificación del Experto

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Mg. Maritza León Vigo

N° DNI / CE: 18858304 **Edad:** 53

Teléfono / celular: 943 203 229 **Email:** malevi2501@gmail.com

Título profesional: Administración

Grado académico: Maestría Doctorado:

Especialidad: Especialidad: Maestría en administración

Institución que labora: Universidad Nacional Santiago Antúnez de Mayolo

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LA EMPRESA DE SERVICIOS BISIESTO E.I.R.L., HUARAZ, 2024

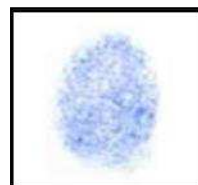
Autor(es): Izaguirre Manrique Yasury Annison

Programa académico: Facultad de Ciencias e Ingeniería, Escuela Profesional de Administración



Mgr. Maritza León Vigo
CLAD N° 04127

Firma



Huella digital

Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister: Maritza León Vigo

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: Izaguirre Manrique Yasury Annison, 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 DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA DE SERVICIOS BISIESTO E.I.R.L., HUARAZ, 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: 75766901

Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA DE SERVICIOS BISIESTO E.I.R.L., HUARAZ, 2024								
	Variable 1: Desempeño Laboral	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Condiciones Laborales	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Con qué frecuencia considera que el ambiente laboral es adecuado para realizar sus actividades de manera eficiente?	X		X		X		
2	¿Con qué frecuencia dispone de los recursos y herramientas necesarias para llevar a cabo su trabajo de manera eficaz?	X		X		X		
	Dimensión 2: Evaluación del Desempeño							
1	¿Con qué frecuencia se realizan evaluaciones de su rendimiento laboral?	X		X		X		
2	¿Con qué frecuencia recibe capacitación para mejorar sus habilidades laborales?	X		X		X		
	Dimensión 3: Incentivos Laborales							
1	¿Con qué frecuencia se siente motivado por los incentivos laborales que recibe?	X		X		X		

2	¿Con qué frecuencia la empresa recompensa tu esfuerzo a través de bonificaciones o incentivos?	X		X		X		
3	¿Con qué frecuencia sientes que recibes reconocimiento adecuado por tu trabajo y logros en la empresa?	X		X		X		
Variable 2: Atención al Cliente								
Dimensión 1: Empatía con el cliente								
1	¿Con qué frecuencia el personal muestra interés en solucionar sus problemas o inquietudes?	X		X		X		
2	¿Con qué frecuencia siente confianza al interactuar con el personal?	X		X		X		
3	¿Con qué frecuencia recibe una atención rápida y eficiente?	X		X		X		
4	¿Con qué frecuencia el personal es cortés en el trato hacia usted?	X		X		X		
Dimensión 2: Comunicación con el cliente								
1	¿Con qué frecuencia la comunicación con el personal es fluida?	X		X		X		
2	¿Con qué frecuencia recibe información oportuna sobre el servicio o producto solicitado?	X		X		X		

3	¿Con qué frecuencia le ofrecen opciones de comunicación digital para realizar consultas o resolver problemas?	X		X		X		
Dimensión 3: Satisfacción del cliente								
1	¿Con qué frecuencia percibe que la calidad del servicio recibido es alta?	X		X		X		
2	¿Con qué frecuencia el servicio cumple con sus expectativas?	X		X		X		

Recomendaciones: He revisado el instrumento y lo considero válido para ser aplicado en el contexto de la investigación. Las preguntas son apropiadas para medir las variables de desempeño laboral y atención al cliente.

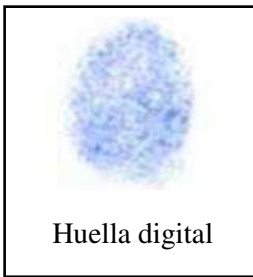
Opinión de experto: Aplicable (X) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos de experto: Mg. MARITZA LEÓN VIGO **DNI:** 18858304



Mgtr. Maritza León Vigo
CLAD N° 04127

Firma



Huella digital

Ficha de Identificación del Experto

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Yánac Suárez Luis Antonio

N° DNI / CE: 31653804 **Edad:** 45

Teléfono / celular: 968 781 852 **Email:** surluiznister@hotmail.com

Título profesional: Administración

Grado académico: Maestría Doctorado:

Especialidad: Formador Tutor

Institución que labora: Unidad de gestión de educación local Carhuaz

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL
CLIENTE EN LA EMPRESA DE SERVICIOS BISIESTO E.I.R.L., HUARAZ, 2024

Autor(es): Izaguirre Manrique Yasury Annison

Programa académico: Facultad de Ciencias e Ingeniería, Escuela Profesional de Administración


Mgtr. Luis Antonio Yánac Suárez
Reg. CLAD N° 4120
DNI N° 31653804

Firma



Huella digital

Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister: Yánac Suárez Luis Antonio

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: Izaguirre Manrique Yasury Annison, 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 DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA DE SERVICIOS BISIESTO E.I.R.L., HUARAZ, 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: 75766901

Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA DE SERVICIOS BISIESTO E.I.R.L., HUARAZ, 2024								
	Variable 1: Desempeño Laboral	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
	Dimensión 1: Condiciones Laborales	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Con qué frecuencia considera que el ambiente laboral es adecuado para realizar sus actividades de manera eficiente?	X		X		X		
2	¿Con qué frecuencia dispone de los recursos y herramientas necesarias para llevar a cabo su trabajo de manera eficaz?	X		X		X		
	Dimensión 2: Evaluación del Desempeño							
1	¿Con qué frecuencia se realizan evaluaciones de su rendimiento laboral?	X		X		X		
2	¿Con qué frecuencia recibe capacitación para mejorar sus habilidades laborales?	X		X		X		
	Dimensión 3: Incentivos Laborales							
1	¿Con qué frecuencia se siente motivado por los incentivos laborales que recibe?	X		X		X		

2	¿Con qué frecuencia la empresa recompensa tu esfuerzo a través de bonificaciones o incentivos?	X		X		X		
3	¿Con qué frecuencia sientes que recibes reconocimiento adecuado por tu trabajo y logros en la empresa?	X		X		X		
Variable 2: Atención al Cliente								
Dimensión 1: Empatía con el cliente								
1	¿Con qué frecuencia el personal muestra interés en solucionar sus problemas o inquietudes?	X		X		X		
2	¿Con qué frecuencia siente confianza al interactuar con el personal?	X		X		X		
3	¿Con qué frecuencia recibe una atención rápida y eficiente?	X		X		X		
4	¿Con qué frecuencia el personal es cortés en el trato hacia usted?	X		X		X		
Dimensión 2: Comunicación con el cliente								
1	¿Con qué frecuencia la comunicación con el personal es fluida?	X		X		X		
2	¿Con qué frecuencia recibe información oportuna sobre el servicio o producto solicitado?	X		X		X		
3	¿Con qué frecuencia le ofrecen opciones de comunicación digital para realizar consultas o resolver problemas?	X		X		X		

Dimensión 3: Satisfacción del cliente							
1	¿Con qué frecuencia percibe que la calidad del servicio recibido es alta?	X		X		X	
2	¿Con qué frecuencia el servicio cumple con sus expectativas?	X		X		X	

Recomendaciones: El instrumento y las preguntas que lo componen son válidos y pueden aplicarse para medir las variables propuestas, tanto en lo que respecta al desempeño laboral de los trabajadores como a la atención al cliente de los clientes de la empresa.

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

Nombres y Apellidos de experto: Mg. Yánac Suárez Luis Antonio **DNI:** 31653804



Mgtr. Luis Antonio Yánac Suárez
 Reg. CLAD N° 4120
 DNI N° 31653804
 Firma



Confiabilidad del instrumento

Codificación de respuestas	Nunca	Muy pocas veces	Algunas Veces	Casi Siempre	Siempre
	1	2	3	4	5

	Alfa de Cronbach							TOTAL
	Variable - Desempeño Laboral							
	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	
Sujeto 01	3	4	5	5	3	4	2	26
Sujeto 02	3	4	4	3	4	5	4	27
Sujeto 03	4	5	5	4	2	3	4	27
Sujeto 04	2	3	4	2	4	2	5	22
Sujeto 05	4	2	5	4	3	3	3	24
Sujeto 06	1	2	1	2	3	1	4	14
Sujeto 07	3	1	2	2	2	1	2	13
Sujeto 08	2	2	2	1	2	1	1	11
Sujeto 09	2	1	2	1	1	2	1	10
Sujeto 10	1	2	1	2	1	2	2	11
VARIANZA	1.05	1.64	2.49	1.64	1.05	1.64	1.76	

α (Alfa)=	0.89188436
K (Nro ítems)=	7
V_i (Varianza de cada Ítem) =	11.27
V_t (Varianza Total) =	47.85

Rango	Confiabilidad
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.71 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Formula:

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left[1 - \frac{\sum v_i}{v_t} \right]$$

Conclusión:

Se puede concluir que el instrumento utilizado para recolectar datos sobre la variable Desempeño Laboral en los trabajadores de La Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L. presenta un nivel de confiabilidad excelente, evidenciado por un coeficiente de 0.891 en el alfa de Cronbach. Esto indica que el cuestionario es altamente confiable para evaluar el desempeño laboral de los empleados.

Codificación de respuestas	Nunca	Muy pocas veces	Algunas Veces	Casi Siempre	Siempre
	1	2	3	4	5

	Alfa de Cronbach									TOTAL
	Variable - Atención al Cliente									
	ítem 1	ítem 2	ítem 3	ítem 4	ítem 5	ítem 6	ítem 7	ítem 8	ítem 9	
Sujeto 01	5	4	3	4	5	5	2	5	2	35
Sujeto 02	4	4	3	4	4	3	4	2	4	32
Sujeto 03	5	5	4	5	5	4	4	3	4	39
Sujeto 04	5	3	2	3	4	2	5	4	5	33
Sujeto 05	5	2	4	2	5	4	3	2	3	30
Sujeto 06	3	1	3	3	1	2	4	1	4	22
Sujeto 07	4	1	3	1	4	5	3	2	1	24
Sujeto 08	5	3	2	3	4	3	3	2	3	28
Sujeto 09	1	1	2	1	2	1	1	2	1	12
Sujeto 10	2	1	1	2	1	2	1	2	1	13
VARIANZA	1.89	2.05	0.81	1.56	2.25	1.69	1.6	1.25	1.96	

α (Alfa)=	0.89404989
K (Nro ítems)=	9
V_i (Varianza de cada Ítem) =	11.27
V_t (Varianza Total) =	47.85

Rango	Confiabilidad
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.71 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

Formula:

$$\alpha = \frac{k}{k - 1} \left[1 - \frac{\sum v_i}{v_t} \right]$$

Conclusión:

Se concluye que el instrumento empleado para la recolección de datos sobre la variable Atención al Cliente en los clientes fidelizados de La Empresa de Servicios Bisiesto E.I.R.L. muestra un nivel de confiabilidad excelente, con un coeficiente de 0.894 en el alfa de Cronbach. Este resultado sugiere que el cuestionario es efectivo para medir la atención recibida por los clientes, permitiendo obtener información valiosa sobre su satisfacción y experiencia con los servicios ofrecidos.

Anexo 6. Formato de consentimiento informado

PROCOLO 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 _____,
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 _____ 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 _____. Si desea, también podrá escribir al correo _____ 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): _____

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Yasury Annison Izaguirre Manrique, identificado (a) con DNI, 75766901 con domicilio real en Jr. Los Sauces S/N, Barrio Quinuacocha, Distrito de independencia, Provincia de Huaraz, Departamento de Ancash.

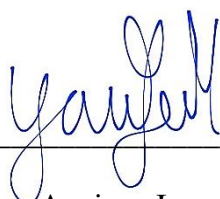
DECLARO BAJO JURAMENTO

En mi condición de bachiller con código de estudiante 1211191112 de la Escuela Profesional de Administración Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2024-02:

1. Que los datos consignados en la tesis titulada PROPUESTA DE MEJORA DEL DESEMPEÑO LABORAL PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA DE SERVICIOS BISIESTO E.I.R.L., HUARAZ, 2024. Son reales, no hubo manipulación ni fabricación de los resultados todo lo presentado en investigación es real y autentico.

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

Huaraz, 28 de octubre del 2024



Yasury Annison Izaguirre Manrique

DNI 75766901



Huella Digital