



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE

ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA DE MOTIVACIÓN LABORAL Y
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS
EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO POLLERÍAS
DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE, 2021

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

AUTOR

SAKAMOTO LOPEZ, NORIO

ORCID: 0000-0002-0302-1216

ASESOR

ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Sakamoto López Norio

ORCID: 0000-0002-0302-1216

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Estudiante de Pregrado, Chimbote, Perú

ASESOR

Estrada Díaz Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Facultad de Ciencias e Ingeniera

Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Dr. Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Dra. Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Mino Asencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID:0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios por acompañarme en todo momento y brindarme las fuerzas para seguir adelante, a mi familia, mi pareja, por estar siempre presente brindándome todo el apoyo, comprensión, y amor para seguir superándome.

A mi madre Ana por haberme dado la vida, por el afecto que me ha dado y me sigue brindando, por su apoyo permanente e incondicional desde que nací hasta hacerme profesional.

DEDICATORIA

A Dios por su gran amor y misericordia que me ha dado la sabiduría necesaria para realizar este informe de investigación.

A mi pareja por ser la razón de mi vida, porque día a día está conmigo apoyándome para seguir siempre adelante en todos los aspectos de mi vida.

Con mucha estima, a mi asesora Mgtr. Elida Estrada Diaz, por su dedicada labor en la enseñanza, paciencia y comprensión, contribuyendo así al término de la investigación

RESUMEN

La presente investigación tuvo por objetivo general: Determinar si la mejora de motivación laboral y atención al cliente permite una adecuada administración en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollería del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. La investigación fue de diseño no experimental- transversal- descriptivo- de propuesta. Para el recojo de información se utilizó una población muestral de 53 trabajadores para la variable motivación laboral y muestra de 384 clientes para la variable atención al cliente a quienes se aplicó un cuestionario de 20 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados. El 34 % las empresas muy pocas veces entregan premios por su desempeño. El 37.7% la empresa muy pocas veces reconoce mi esfuerzo. El 45.3 % muy pocas veces se siente satisfecho con la atención brindada. El 56% muy pocas veces los empleados son amables. El 56.8% muy pocas veces los empleados ofrecen un servicio rápido. La investigación concluye que la minoría de trabajadores no se encuentran motivados para emplear una atención de calidad, influyendo que los representantes de cada pollería hacen caso omiso en motivar a su personal, repercutiendo en el mal ánimo, molestos y no sean eficientes en su trabajo. Se concluye que la mayoría de trabajadores no tienen el trato amable a los clientes a la hora que ofrecen un producto, haciendo esperar al cliente, ocasionando el fastidio y el repudio del cliente en no volver al local.

Palabras clave: Motivación, Atención al cliente, microempresas.

ABSTRACT

The general objective of this research was: To determine if the improvement of work motivation and customer service allows an adequate administration in micro and small enterprises of the service sector, poultry industry of the district of Nuevo Chimbote, 2021. The research had a non-experimental, cross-sectional, descriptive and propositional design. For the collection of information, a sample population of 53 workers was used for the work motivation variable and a sample of 384 clients for the customer service variable, to whom a questionnaire of 20 questions was applied through the survey technique. The following results were obtained. 34% of the companies very seldom give awards for their performance. 37.7% the company very seldom recognizes my effort. 45.3 % very seldom feel satisfied with the service provided. 56% of the employees are very seldom friendly. 56.8% very seldom do employees provide prompt service. The research concludes that the minority of workers are not motivated to provide quality service, influencing the representatives of each poultry store to ignore motivating their staff, resulting in a bad mood, annoyed and not efficient in their work. It is concluded that the majority of workers do not treat customers kindly when they offer a product, making the customer wait, causing annoyance and repudiation of the customer not to return to the store.

Key words: Motivation, customer service, microenterprises.

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iv
5. Resumen y Abstract.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras.....	ix
I. Introducción	1
II. Revisión de la Literatura.....	11
III. Hipótesis.....	64
IV. Metodología	65
4.1 Diseño de la Investigación	65
4.2 Población y Muestra.....	66
4.3 Definición y operacionalización de la variable	70
4.4 Técnicas e instrumentos.....	72
4.5 Plan de análisis.....	72
4.6 Matriz de consistencia.....	73
4.7 Principios éticos.....	75
V. Resultados.....	77
5.1 Datos generales.....	77
5.2 Análisis de resultados	103
VI. Conclusiones	114
Aspectos complementarios	118
Referencias bibliográficas	120
Anexos	131

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1 Características para incentivar a los trabajadores en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021	77
Tabla 2 Características de innovación en la motivación laboral de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021	78
Tabla 3 Características de servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021	80
Tabla 4 Características de la satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021	81
Tabla 5 Características de la interacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021	82
Tabla 6: Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021	83

INDICE DE FIGURAS

Figuras (Anexo):

Figura 1: Considera usted que cumplen con el horario establecido.....	155
Figura 2: Cree que la empresa cumple con el salario por su desempeño.....	155
Figura 3: La empresa realiza capacitaciones para un buen desempeño laboral	156
Figura 4: La empresa entrega “premios “por su buen desempeño laboral.....	156
Figura 5: Considera que recibe un reconocimiento a su buen desempeño.....	157
Figura 6: Considera que la empresa reconoce mi esfuerzo y dedicación.....	157
Figura 7: La empresa respeta las ideas realizadas por los colaboradores	158
Figura 8: Su jefe propone a los colaboradores métodos de trabajo.....	158
Figura 9: La empresa cumple con las normas de procedimiento que pone en riesgo su seguridad en el trabajo.....	159
Figura 10: La empresa cumple con el proceso de proteger el bienestar en la salud del trabajador.....	159
Figura 11: Usted se siente satisfecho con la atención brindada por el trabajador.....	160
Figura 12: Se encuentra satisfecho por el pago del producto o servicio	160
Figura 13: Usted está satisfecho con nuestros productos o servicios.....	161
Figura 14: La empresa satisface sus expectativas a la hora de consumir nuestro producto	161
Figura 15: La empresa te genera una sensación de confianza para adquirir nuestros productos	162
Figura 16: Tiene la sensación que la empresa brinda productos de calidad	162
Figura 17: Siente que la atención brindada cumple con su sensación de agrado como cliente.....	163

Figura 18: Tiene la impresión que los empleados están siempre dispuestos ayudar a los clientes 163

Figura 19: Tiene la impresión que los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido 164

Figura 20: Considera que los empleados de la empresa son siempre amables 164

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos años las pymes son entidad económica valiosa para un país, para Perú no es la distinción en el año 2018 subsistía más de 6 millones de compañías de las cuales el 93.6 % son MYPES (5'616,000), el 0,2% (12,000) y el 5.9% faltantes son medianas y grandes empresas. Además, las mypes fueron procreadas debido a una abertura autentica en los sectores pobres, donde se ve la tasa de desempleo, es por ello que la mayoría de la población se siente en la obligación de emprender nuevos negocios para solventar su gastos, en ese sentido se puede mencionar que las PYMES son el motor de la economía, pero en lo general la mayoría llega a quebrar por la falta de herramientas de motivación laboral en sus trabajadores implicando deficiencias en su trabajo por ese motivo los clientes quedan pocos satisfechos dando lugar a que recurran a otros establecimientos en busca de una buena atención de calidad, es ahí donde personas que quieren salir adelante tomaran decisiones de exponerse y comenzar de nuevo, formando estas unidades económicas como las pymes que quieren originar muchos puestos de trabajo, aportando al producto bruto interno (PBI) y en algunos casos ayudan a perfeccionar la calidad de vida de muchas personas. (Palacios, 2018)

Según el autor mencionó que las pymes en el Perú son la fuente que incentiva al crecimiento de la economía de un País, además de poder generar trabajo a todas las personas que quieran salir adelante y tener un objetivo claro en su vida profesional, de tal manera los emprendedores de hoy en día toman el toro por las astas y deciden tomar riesgos para poder crear su propio negocio, sin importarles el fracaso que puede generar en fundar su propia empresa.

De ese mismo modo se basa en la falta de motivación con sus trabajadores, hace que los representantes de cada empresa no le toman importancia al estado de ánimo de cómo se sienten sus trabajadores y eso hace énfasis a que el personal no empleen bien su trabajo, basándose en una pésima atención al cliente, haciendo que la empresa pierda clientes fidelizados que quieran consumir nuestro producto y se perjudiquen con las ventas que ayuden en la mejora del negocio.

Por otro lado, en la Unión Europea, las micro y pequeñas empresas solo el 13% de los colaboradores muestran cierto grado de compromiso con la empresa donde laboran, además indica que los españoles y los franceses son los más insatisfechos en el entorno laboral. Existen empresas que pueden ser sostenibles en el tiempo teniendo como prioridad la motivación de sus colaboradores y la buena atención con sus clientes como base fundamental, pero existen otras que solo buscan su productividad lo cual pueden obtener resultados positivos a mediano plazo, pero carecen de sostenibilidad a un largo plazo. El humanizar el trabajo es primordial para que los colaboradores de una empresa vivan una buena experiencia y se sientan más motivados a la hora de trabajar y trasmitan una buena atención con cliente en darles la facilidad de resolver sus inquietudes y cumplir con sus deseos en la hora de adquirir un producto. (Carbajal, 2018)

Según lo que mencionó el autor, las mypes en la Unión Europea, por lo cual la mayoría de los representantes no toman importancia al personal y no motivan a sus trabajadores haciendo que solamente trabajen, de tal manera carecen de reconocimiento personal por su trabajo, siendo esto un grave problema de rotación de parte de la mayoría de colaboradores, afectando al servicio brindado. Por otro lado, la mayoría de empresas si creen en la mejora que pueda existir si manejan la motivación acorde con sus trabajadores y tienen una buena atención con el cliente, eso implica el crecimiento en la organización para una futura rentabilidad y posicionamiento en el mercado.

En el caso de España las micro y pequeñas empresas, contribuyen a la generación de empleos y reducción de los índices de pobreza, pero en la mayoría de casos en España las empresas fracasan debido a que no aplican la motivación con sus trabajadores, dando como resultado el trabajo deficiente y viéndose afectado la pésima atención al cliente, dejando de lado sus productos y servicios que ofrecen, se perjudiquen en las ventas de un negocio y con el tiempo se ven superados por soluciones propuestas por empresas más innovadoras, por lo que es necesario buscar una mejora en los procesos de motivación con sus empleadores y la calidad del servicio. (Mata, 2016)

Según el autor nos indicó que no deberíamos tener temor a ser diferentes, además tiene mucha razón en cuanto a la innovación de procesos en el servicio en general, no solo es en España, si no que en Perú también se da que la atención es pésima, en efecto la hora de atender a un cliente están con mala cara y serios, por la falta de motivación de sus jefes que no quieren procurar en mejorar, asimismo en casos continuos he observado que los dueños son conformistas y piensan que nunca van a quebrar, de tal forma piensan que todo sigue en su estado normal, pero al largo plazo se llega a tener consecuencias por no tomar a tiempo una buena decisión para mejorar las deficiencias de lo que hace falta en una empresa.

Si bien es cierto en México, las mypes es muy común que la motivación y la atención al cliente, se pierda desde el proceso de reclutamiento, cuando el puesto de trabajo no es el apropiado para la persona, tal vez el candidato reúna los conocimientos y la destreza técnica, pero es importante evaluar si la vacante tiene afinidad con su personalidad, intereses personales y expectativas futuras, conocer el puesto y tener deseos por quedarse con el cargo, son cosas totalmente distintas, nadie acepta un trabajo con el objetivo de fracasar y ningún empleador contrata con la intención de despedir pronto. (Castillero, 2016)

El autor mencionó que la motivación queda de lado cuando se recluta a un personal para el puesto requerido, pero se tiene que ser más estrictos en el momento de elegir a una persona para el puesto correspondiente, de tal forma se debe realizar evaluaciones consecutivas teniendo en cuenta puntos clave como, por ejemplo: simpatía, atento, proactivo, responsable, etc. Para así demostrar un servicio de calidad y buen trato al cliente.

Del mismo modo en Argentina, las micro y pequeñas empresas se crean como una pequeña unidad productiva, generalmente de gestión familiar en el crecimiento para su desarrollo real que integran a los empleados, primero en pequeños talleres y luego las políticas que favorecen esta productividad aumentan su tamaño al transformarse en pequeñas empresas, apoyadas por el fortalecimiento del mercado interior. Muchas de estas empresas, además de vivir en el círculo virtuoso generado por la producción y el consumo en el mercado interno, se han convertido en exportadores. El salto a los mercados internacionales no solo se debe a la disposición del empresario a apostar por su negocio, sino también a las decisiones políticas tomadas por los gobiernos en el poder alentar y desarrollar las diversas cadenas de valor. Se puede decir que, a pesar de la importancia de estas empresas, el error común que las lleva al fracaso es que no tienen una política de atención al cliente y motivación laboral, esto afecta la velocidad del servicio, del mismo modo el personal no muestra una buena comunicación, confianza y empatía con el cliente. (Hernández, 2017)

El autor mencionó que las empresas fracasan por el tema político y cometen el error continuo de entrar en el conformismo asimismo llevando al fiasco a la organización, lo que se debería plantear es hacer la instrucción sobre atender al público y seleccionar al personal idóneo al puesto de atención al cliente y motivar al trabajador para así formar al trabajador en una persona amable, carismática y educada y se sienta motivado en hacer

sus actividades, de tal forma cumplir con las expectativas del cliente que conlleve a una visión que genera ganancias a la empresa.

Mientras tanto en Ecuador, las micro y pequeñas empresas, dan a conocer que la globalización de los mercados ha incrementado considerablemente la competitividad entre los distintos sectores económicos. Y las empresas de las pollerías no están libre a cambios, cada vez son más innovadores con mayores propuestas hacia los clientes con variedad de comida y diferentes sabores. La competencia por captar mayor número de clientes ha motivado a muchas pollerías a mejorar la calidad de servicio porque el mercado cada vez se pone más exigente, pero hay pollerías que no se esfuerzan en brindar al cliente un buen servicio. (Gutiérrez, 2018)

Da entender el autor que los empleados deben convertirse en una estrategia de diferenciación para mejorar el posicionamiento y la proyección de la empresa con la competencia, asimismo agregar el valor agregado que se diferencie y den el gran paso para salvaguardar la rentabilidad de la empresa con el buen servicio y satisfacción del cliente.

En Bolivia se reconoció la importancia de las micro y pequeñas empresas en la economía nacional, no sólo por el elevado número de que existe, sino principalmente por su contribución a la generación de empleo y a otros aspectos socioeconómicos como por ejemplo: el aporte al PIB, a la mejora de la distribución del ingreso y al ahorro familiar, no obstante la mayoría fracasa, porque no contratan a las personas indicadas para la empresa, es decir al querer encontrar candidatos de calidad, terminan contratando sólo a conocidos allegados para sus vacantes, en consecuencia estos muestran poca iniciativa y no se sienten motivados en adquirir el puesto, para mejorar los procesos de atención al cliente, llegando a ocasionar perdida en las utilidades. (Tettamanti, 2017)

Según el autor se mencionó, la importancia de la MYPE como principales fuentes de empleos como herramienta de promoción a la medida de una inversión inicial que permite el acceso de bajos recursos, además potencialmente puede constituirse en apoyo importante a la empresa resolviendo algunos puntos específicos en la producción, con ello se da oportunidad a que personas sin empleo y de bajos recursos económicos puedan generar su propio empleo y así mismo contribuyan con la producción de la empresa por lo tanto los empleadores deben ser más estrictos en la selección del personal porque hay ocasiones que por no invertir un poco más, trabajan con familiares y eso es un gran error que cometemos como dueños de un negocio, quizás pensamos que son ideales para el puesto, pero hay ocasiones que ellos no se sienten motivados en querer trabajar con público y darles una atención óptima es así que entramos en el conformismo de no pensar más allá es por eso que debemos de contratar personas que ayuden a la rentabilidad del negocio y no ocasionen pérdidas que puedan más adelante traer estragos en nuestra economía de la empresa.

Mientras tanto en el Perú las pymes son el impulso de la economía y crecimiento social, de las personas emprendedoras, además uno de los únicos problemas por el cual quiebran estos pequeños negocios es el desconocimiento de las herramientas de motivación laboral y atención al cliente, esto se visualiza claramente que estas empresas no cuentan con una visión del mercado, falta de políticas, valores, falta de desembolso en sus operaciones y falta de competencia. Por ello estos problemas decrecen los buenos resultados en el servicio y producto que ofrece hacia su público objetivo. (Velásquez, 2017)

Se mencionó que las micro y pequeñas empresas no le dan importancia a las herramientas de motivación laboral y atención al cliente, ya que de ello se traslada que los trabajadores no están comprometidos con su trabajo diario que hacen para tener un adecuado desempeño en su lugar de trabajo, ya que las empresas no le dan tanto valor a las

herramientas que les hace falta para así ser competitivos en el mercado peruano y diferenciarse de las competencias, de tal manera la motivación de un trabajador es importante para el compromiso con su labor y dar al cliente a un servicio bueno, asimismo cumplir los objetivos y generando ganancias a la empresa.

Por otra parte, en la Región de Ancash en los últimos años la mayoría de emprendedores han demostrado tener éxito, pero se demuestra que las micro y pequeñas empresas están decreciendo como por ejemplo: no usan correctamente las herramientas habituales de motivación laboral y atención al cliente, para emplear en su negocio y no logran acoplarse a distintos cambios que se aprecian de las demás empresas, de tal forma no se angustian en querer crecer y sobresalir de las amenazas de otras pymes, asimismo agregan su valor de cambio para diferenciarse de las competencias.

Para concluir en el distrito de Nuevo Chimbote, se desarrolló el trabajo de investigación en las micro y pequeñas empresas del rubro Pollerías de las cuales tienen problemas de motivación laboral y atención al cliente, es por ello que la obligación de los trabajadores es dar su mayor enfoque en progresar los niveles de satisfacción con su público objetivo para brindar un servicio eficiente, ya que no se adjudica una evaluación optima que pueda resolver que personas están aptas para un puesto tan valioso que requiere el contacto directo con un cliente, además no se le brinda indicaciones al trabajador con una capacitación idónea para entrenarlos en cuanto a su desenvolvimiento personal para el contacto con el cliente. Por lo tanto, las empresas deben darle importancia a la motivación de sus empleados, ya que de ello se emite en los trabajadores comprometidos y con ganas de sumar para un adecuado desempeño en el lugar de trabajo.

Por lo anteriormente expresado se planteó la siguiente pregunta de investigación.

¿La mejora de motivación laboral y atención al cliente permite una adecuada administración en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación se planteó el siguiente objetivo general:

Determinar si la mejora de motivación laboral y atención al cliente permite una adecuada administración en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Para alcanzar el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:

Describir el proceso que existe para incentivar a los trabajadores en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Determinar la importancia de innovación en la motivación laboral de las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Determinar las principales características del servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Determinar las principales características de satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Determinar las principales características de interacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Elaborar una propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas sector servicio rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

La investigación se justifica porque, facilitó la información a los representantes de las micro y pequeñas empresas sobre la motivación laboral y la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro Pollerías, del distrito de Nuevo

Chimbote, 2021, además accedió a los representantes dar una solución a los errores que están cometiendo en su empresa y así brindarles cierto conocimientos que ayuden las deficiencias que hacen falta en su negocio , por ello es importante para futuros investigadores, observar los errores empresariales y de esta manera tratar de reducir las pudiendo así mejorar el desarrollo de las micro y pequeñas empresas y así evitar equivocaciones y riesgos futuros, del mismo modo se guio a los emprendedores del distrito de Nuevo Chimbote, demostrando lo valioso que es para la población en poder contar con su propia MYPE y demostrar que brindan un producto y servicio de calidad. Para concluir es importante para los estudiantes, ya que pueden recolectar información o encontrar algún autor que hable referido al tema de lo que están buscando, de eso modo les facilitó también guiarse de la estructura de la investigación, además buscan información para futuras tesis y así poder adquirir nuevos conocimientos.

La investigación fue de diseño no experimental- transversal – descriptivo- de propuesta. Para el recojo de información se utilizó una población muestral de 53 trabajadores para la variable motivación laboral y muestra de 384 clientes para la variable atención al cliente a quienes se les aplico un cuestionario de 20 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados. El 34 % las empresas muy pocas veces entregan premios por su desempeño. El 37.7% la empresa muy pocas veces reconoce mi esfuerzo. El 45.3 % muy pocas veces se siente satisfecho con la atención brindada por el trabajador. El 56% muy pocas veces los empleados son amables. El 56.8% muy pocas veces tienen los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido. El 54.7% muy pocas veces tiene la impresión que los empleados están siempre dispuestos ayudarlo. La investigación concluye que la minoría de trabajadores no se encuentran motivados para emplear una buena atención de calidad, influyendo que los representantes de cada pollería hacen caso

omiso en motivar a su personal, repercutiendo en el mal ánimo, molestos y trabajen de mala gana haciendo que su trabajo sea ineficiente, influyendo en su desempeño laboral.

Asimismo, se concluye que la mayoría de trabajadores no tienen un trato amable a los clientes a la hora que ofrezcan un producto, haciendo también esperar al cliente por un producto, ocasionando el fastidio y el repudio del cliente en no volver al local de esa misma manera la empresa genera una mala mirada por los clientes que no son fidelizados, de ese mismo modo cuando sucede un suceso de que un cliente quiera una ayuda por una duda que tiene sobre el producto que ofrecemos no le damos respuesta, haciendo que el cliente ya no vuelva al local para consumir nuestros productos, lo que se debería hacer como solución de los problemas causados es brindar adecuadamente una motivación a todos nuestros trabajadores para ellos empleen un trabajo eficiente y demuestren el compromiso por la empresa, así como brindando al cliente un mejor servicio, darle un buen trato, dispuesto ayudar sus inquietudes que tengan y cumplir con sus expectativas, para garantizar fidelizar muchos clientes y el crecimiento de la empresa.

I. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 . Antecedentes

Antecedentes internacionales

Variable 1: Motivación Laboral

Martínez (2017) en su trabajo de investigación *Estudio de motivación laboral y su influencia en la productividad y en el desempeño del restaurante hotel Sheraton ubicado en la ciudad de Guayaquil* se planteó como objetivo analizar la incidencia de la motivación laboral en la productividad y en el desempeño de los trabajadores del hotel Sheraton de la ciudad de Guayaquil, para lo cual se llevó a cabo una investigación transversal de tipo descriptivo y correlacional cuyo instrumento de medición fue el uso de encuestas a través de la medición de Likert, tomando como muestra a 63 personas. Los resultados indicaron que existe una correlación del 39% entre las variables motivación laboral y productividad, también que la percepción del ambiente laboral en la empresa es favorable con un 78%, sin embargo el 43% de los colaboradores mostraron un grado de insatisfacción por la falta de reconocimiento y valoración por parte de sus superiores así como el poco interés en motivarlos para desarrollar mejor sus actividades, asimismo el 33% de los colaboradores piensa que no existe comunicación en todas las áreas de la empresa, igualmente el 29% de los colaboradores afirma sentir que en ocasiones les falta tiempo para cumplir con su trabajo, finalmente el 40% de los colaboradores manifiesta la inconformidad con su salario.

Sánchez (2017) en su trabajo de investigación *Satisfacción laboral de trabajadores de actividades deportivas y recreativas del restaurante turismo activo* se planteó como objetivo analizar la satisfacción laboral de los trabajadores de turismo activo y sus condiciones de trabajo, y el efecto de estas en su satisfacción laboral en la comunidad autónoma de Andalucía. Para tal caso, se utilizó la herramienta “Overall Job Satisfaction”

cuya muestra estuvo compuesta por 218 profesionales. A modo general, el estudio permitió conocer que el 73.8% de los colaboradores son hombres y que se encuentran satisfechos con su trabajo. Por otro lado, en cuanto a la relación con las 3 dimensiones los colaboradores se encuentran “moderadamente satisfechos” en la dimensión intrínseca, mientras que en las dimensiones satisfacción extrínseca y total se encuentran “satisfechos”. Igualmente, resaltar que en la investigación no hay evidencia de la relación de la satisfacción laboral con factores como la actividad desempeñada, tipo de contrato, realización de otras funciones, horas a la semana o sueldo percibido. Otro punto es que existe una relación entre la variable satisfacción y años de experiencia obteniendo un valor de “satisfecho” en las dimensiones satisfacción intrínseca, extrínseca y total en los colaboradores con experiencia entre 4 y 7 años mientras que los colaboradores con experiencia inferior a 3 años y superior a 8 tienen un valor de “moderadamente satisfechos”, la variable satisfacción laboral también tiene relación con el tipo de jornada y es que los colaboradores de jornada completa se encuentran “satisfechos” en cuanto a las dimensiones satisfacción intrínseca y satisfacción total mientras que los colaboradores de jornada parcial se encuentran “moderadamente satisfecho” en las dimensiones satisfacción intrínseca y satisfacción total; asimismo la satisfacción laboral tiene relación con el ámbito, en donde los colaboradores que laboran en el ámbito privado muestran “valores superiores” en las dimensiones satisfacción intrínseca y satisfacción total frente, a los del ámbito público.

López (2018) en su trabajo de investigación *Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil*, tuvo como objetivo principal: Determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo Servqual y la

obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's. Su población fue de 7280 clientes con una muestra de 365 clientes quienes fueron encuestados dentro de la empresa, el cuestionario estuvo integrado de preguntas en calidad de servicio y satisfacción al cliente obteniendo como resultado que un 50% son de género masculino, 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que las instalaciones son visualmente atractivas en el restaurante, 67% de los clientes encuestados están de acuerdo que el restaurante Rachy's cuenta con máquinas y equipos de apariencia moderna y atractiva, 49% de los clientes encuestados no están de acuerdo que el personal de servicio del restaurante tiene una apariencia adecuada y pulcra, 70% de los clientes encuestados están de acuerdo que la comida brindada en el restaurante luce apetitosa, 68% de los clientes encuestados no están ni en acuerdo ni en desacuerdo que los utensilios bandejas y cubiertos con los que se ingiere la comida son prestados con adecuado estado de limpieza, 40% de los clientes encuestados no están de acuerdo que cuando se tiene alguna queja o problema el personal del restaurante se muestra sincero.

Variable 2: Atención al cliente

Torres (2019) en su trabajo de investigación *Diseño de propuesta para mejorar la calidad del servicio al cliente en la sanguchería y pastelería "le croissant" del cantón Samborondón*, tuvo como objetivo general: Diseñar la propuesta para el Mejoramiento de Calidad en el Servicio a los Clientes de la Sanguchería y Pastelería "Le Croissant" del Cantón Samborondón, y planteó los siguientes objetivos específicos: Exponer los aspectos teóricos y metodológicos relacionados con el tema de investigación para el mejoramiento de la atención del servicio al cliente; identificar las problemáticas que evitan el Mejoramiento de Calidad en el Servicio a los clientes de la Sanguchería y Pastelería "Le Croissant" y diseñar un programa para el mejoramiento de calidad en el Servicio a los clientes dentro del área de ventas de la Sanguchería y pastelería "Le

Croissant” del cantón Samborondón. La metodología que se utilizó fue la siguiente: cuantitativo que brindó un análisis de la información recopilada de dicho trabajo de investigación. La población fue 290 clientes de la Sanguchería y pastelería “Le Croissant” del cantón Samborondón, y se determinó una muestra 166 clientes de la Sanguchería y pastelería “Le Croissant” del cantón Samborondón. La técnica que se utilizó para la investigación es la encuesta. El instrumento que se utilizó para el recojo y registro de la información fue el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: El 48% asiste con frecuencia de 3 o 4 veces al mes a consumir en la Sanguchería, el 36% califica como regular el servicio del personal, el 30% califica como regular la actitud en el servicio, el 25% del cliente califica como bueno a la apariencia del personal, el 43% añade que es excelente el servicio en el tiempo de espera, el 61% explica que pocas veces reciben un producto exactamente como ordenaron, el 49% informa que es excelente la capacidad de solución ante un inconveniente, el 67% estas personas no estarían seguras de compartir sus experiencias en Le croissant. Llegó a las siguientes conclusiones: determinamos que del 100% de los encuestados, solo el 40% está satisfecho con la atención al cliente que reciben de parte el personal y el 60% no reciben una excelente atención, lo que ocasiona que la empresa no tenga un buen prestigio de sus clientes. Mediante esta investigación se estableció estrategias que puedan mejorar la calidad de servicio que ofrecen el personal, aprendiendo nuevos conocimientos, habilidades y destrezas al fin de obtener un servicio eficaz y de calidad, alcanzando los objetivos primordiales que es tener una excelente relación del servicio al cliente. Se concluye que la propuesta ofrece una solución implementando una Capacitación de servicio de atención al cliente, se desarrolló y fortaleció el servicio eficaz, generando buena actitud de calidad a través de estándares de excelencia, generando que el personal de la empresa mejore la atención al cliente de manera exitosa como fue el propósito de esta investigación.

Escandón (2017) en su investigación *Propuesta para la mejora de los servicios en el bar restaurante macho Sports en plaza del sol en la ciudad de Guayaquil*. Tuvo como objetivo general: Realizar un plan de acción estratégico enfocado a la optimización del perfil del equipo de trabajo para mejorar la calidad de servicio en el Bar restaurante Macho Sports. Objetivos específicos: Elaborar un marco conceptual donde se presente información referente a la calidad de servicios y demanda turística. Determinar mediante un diagnóstico las estrategias para lograr la afluencia turística en el restaurante. Establecer una propuesta para la mejora de los servicios del bar-restaurante con enfoque a la optimización del perfil. El presente trabajo de investigación se encuentra dentro de la metodología mixta con enfoque cuantitativo y cualitativo, se utilizó una muestra de 365 clientes, a quienes se le aplicó un cuestionario de 9 preguntas, obteniendo los siguientes resultados. El 77% de las personas que acuden de manera esporádica al establecimiento. EL 36% califican el servicio del establecimiento como indiferente. El 78% sostuvo que el servicio es malo por parte de los empleados. El 58% considera que Los empleados que lo atendieron contaban con el suficiente conocimiento para responder todas sus expectativas. El 53% considera que tuvo que esperar mucho tiempo para recibir su pedido. El 63% asegura que, en caso de haber tenido algún problema, el restaurante lo resolvió rápidamente. El 49% se siente insatisfecho en cuanto al grado de satisfacción general con el Bar-Restaurante. El 58% tal vez visitará el restaurante más asiduamente. El 57% tal vez Recomendaría el restaurante a un amigo. Conclusiones: Los resultados en la calidad de los servicios revelan que en la empresa los empleados ofrecen los servicios, pero no de manera correcta, no prestan atención a las necesidades del cliente. Que no brindan una atención personalizada siendo varios de los encuestados clientes frecuentes, la gran mayoría indicó que no reciben un trato amable y algunos respondieron que a veces. Se puede decir que este resultado no cumpliría los parámetros de satisfacción al cliente. La

innovación del servicio no es lo mismo que una remodelación de infraestructura; entonces si hablamos de cambios se debe investigar de qué manera se puede mejorar nuestros servicios en beneficio del cliente. Es demasiado el tiempo que esperan para ser atendidos provocando malestar y pérdida de tiempo a los clientes, además que los ambientes en donde esperan no tienen la capacidad adecuada.

Villaalba (2016) en su investigación *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azucabeach, azuca bistró y q restaurante*, y sugerencias de mejora, tuvo como objetivo general: Analizar la calidad de servicio y atención al cliente de los tres restaurantes tomados como objeto de estudio para la posible implementación de mejoras en los mismos, y planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las posibles causas que afectan a las expectativas del cliente por parte del servicio que obtienen, establecer un diagnóstico de la calidad de servicio y atención al cliente que ofrece cada uno de los restaurantes y definir estrategias de mejora que permitan brindar un servicio de calidad al cliente. La metodología utilizada fue la siguiente: descriptiva y técnicas de investigación. La población fue 3000 clientes del Azuca Beach al mes y se determinó una muestra de 341 clientes del Azuca Beach al mes; repartidos con un promedio de 114 clientes para cada uno. La técnica que se utilizó para la investigación es la encuesta. El instrumento que se utilizó para el recojo y registro de la información fue el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: el 54% fueron de género masculino, el 64% tienen de 18 a 25 años de edad, el 38% está de acuerdo con la amabilidad del personal, un 37% están de acuerdo con la paciencia del personal, el 33% está de acuerdo con este aspecto del tiempo de espera, el 37% están de acuerdo con la oferta variada, el 40% la comida estuvo dentro de sus expectativas, el 43% está de acuerdo con la presentación del plato, El 39% de los encuestados están totalmente de acuerdo en que el sabor de la bebida fue agradable, el 45% está de acuerdo con la presentación de las bebidas, el 53% está de acuerdo con la

limpieza del restaurante, el 39% está de acuerdo con la limpieza del baño, el 55% está de acuerdo con el servicio en general, el 41% frecuenta el establecimiento rara vez, el 97% si recomendaría este restaurante. Llegó a las siguientes conclusiones: la importancia del servicio al cliente en todo tipo de organización, ya que esto conlleva grandes beneficios para la empresa, como la ventaja competitiva dentro del mercado. El sistema de evaluación escogido ha reflejado de manera exitosa la situación actual del establecimiento, con respecto a la satisfacción del cliente tanto interno como externo. Permitiendo así, establecer las posibles soluciones a los problemas encontrados. La mayor fortaleza de los tres establecimientos es el ambiente y la limpieza del lugar; la decoración, y el tipo de música de cada uno de los restaurantes influyen en el ambiente. Mientras que las debilidades detectadas fueron: la amabilidad del personal, la presentación y elaboración de bebidas y la rapidez del servicio, las cuales deben ser mejoradas una vez puesta en marcha la propuesta, ya que estos son puntos fundamentales para una buena calidad en atención al cliente. En cuanto al ambiente laboral, se pudo constatar que los colaboradores tienen claras sus funciones y responsabilidades, sin embargo, se sienten desmotivados por la falta de entrenamiento y capacitaciones, lo cual es considerado como un impedimento para crecer profesionalmente dentro de la organización. Con los resultados obtenidos de las encuestas, se ha elaborado una serie de propuestas o estrategias para mejorar el servicio y la calidad de atención al cliente, así como estrategias para renovar el ambiente laboral, y de esta manera poder brindar un valor adicional al cliente. Finalmente, en cuanto al uso del sistema de medición de calidad empleado, se pudo constatar que este se ajusta y es congruente con los resultados que se requería obtener, sin embargo, es necesario adicionar otras escalas de medición, como por ejemplo la medición del tiempo entre el cual el cliente acude al establecimiento y el tiempo de recibo de su orden solicitada, que repercute en la percepción del servicio otorgado.

Antecedentes Nacionales

Variable 1: Motivación Laboral

Burga (2018) en su investigación sobre *Motivación y desempeño laboral del personal administrativo en una empresa agroindustrial de la región Lambayeque en el periodo 2018*, tuvo como objetivo Describir la motivación y el desempeño laboral del personal administrativo en una empresa agroindustrial de la Región Lambayeque, los siguientes resultados, de acuerdo al Sexo del personal administrativo, La empresa de la Región de Lambayeque que cuenta con 17 colaboradores en el área administrativa, de los cuales el 71% de los encuestados son hombres y el 29% son mujeres; Edad del personal administrativo, su mayoría se encuentran entre 25-30 años con un 47%, seguido de un 29% los que tienen entre 20- 25 años, continuando con un 12% los que tienen entre 30-35 años y por último con un 6% los colaboradores entre 40-50 años; Motivación del personal, los trabajadores se sienten altamente motivados en un 71%, pues, a un 95% de confianza, se observa que existe diferencia entre el porcentaje de empleados que se sienten motivados y los que no en su entorno laboral, motivación según dimensiones del personal administrativo, Respecto al ambiente laboral los colaboradores responden que es inadecuado en un 53%, pues no cuentan con los recursos materiales necesarios para realizar su trabajo de manera eficiente. Concluyo que el tener una alta motivación también ha permitido a la empresa lograr un adecuado desempeño laboral para bien propio y de sus trabajadores, en términos de productividad y eficiencia, el personal administrativo expone que es necesario prestar atención a la dimensión salarial y de beneficios, para mejorar la remuneración que perciben por el trabajo que realizan.

Preciado (2020) en su trabajo de investigación *Satisfacción laboral de los trabajadores de las MYPES, sector servicio, rubro restaurantes – caso: restaurante cevichería El Gran Chimú, Tumbes- Tumbes, año 2020*. El estudio tuvo por objetivo de investigación

Determinar el nivel de satisfacción laboral de los trabajadores de las MYPES, sector servicios, rubro Restaurantes– Caso: Restaurante Cevichería El Gran Chimú, Tumbes-Tumbes, año 2020. Determinando como problema investigación: ¿Cuál es nivel de satisfacción laboral de los trabajadores de las MYPES, sector servicio, rubro Restaurantes– Caso: Restaurante Cevichería El Gran Chimú, ¿año 2020? Con una metodología de investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, con una población de 1 MYPES del rubro restaurantes en Tumbes, 2020, y una muestra de 12 trabajadores de este restaurante cevichería, aplicando encuestas como instrumento de recolección de datos mediante utilización de la escala CALIDFIT; la cual presenta fiabilidad general tiene un Alfa de Cron Bach de 0.916, el cual consta de 6 preguntas y 5 dimensiones (dimensión personal; dimensión instalaciones y materiales; dimensión servicios y actividades; dimensión imagen de la organización; y dimensión satisfacción con la organización). Presentó los siguientes resultados; respecto a las características sociodemográficas de los propietarios, se encontró que la edad promedio de los trabajadores y trabajadoras es de 37 años de edad; siendo la mayoría de sexo masculino (58%), el 80% de los trabajadores son casados y la mayoría relativa tiene grado de instrucción técnico superior (58%), respecto a las características las MYPES: Se identificó que la totalidad de los trabajadores de la MYPE manifestó que se encuentra inscrita bajo el régimen MYPE, y que su tiempo de existencia en el mercado es de alrededor de los 16 años, respecto a las características de satisfacción laboral se determinó que la mayoría de los trabajadores de la MYPE (58%) se siente satisfecho con respecto a la organización de la empresa, debido a que están de acuerdo con la estructura y las políticas de la misma, asimismo se determinó que al menos la mitad de los trabajadores de la MYPE, se encuentran satisfechos con respecto a la condiciones laborales ofrecidas por la empresa, mientras que un importante 50% no se encuentra conforme con estas

condiciones. Concluyo que la mayoría de los trabajadores de las MYPES se encuentran satisfechos con respecto a la organización y políticas establecidas en la empresa; mientras que sólo la mitad de los trabajadores (50%) se encuentran satisfechos con las condiciones laborales que reciben en el establecimiento para el desarrollo de sus actividades.

Arévalo (2020) en su trabajo de investigación *Propuesta de mejora de motivación laboral como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las mypes del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Juanjuí*, provincia de Mariscal Cáceres, región San Martín, 2019, tuvo como objetivo general: Proponer las mejoras de la motivación laboral como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Distrito de Juanjuí, Provincia de Mariscal Cáceres, Región San Martín, 2019, el diseño de la investigación que se utilizó fue no experimental - transversal, conformado por una población de 16 micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del distrito de Juanjuí, provincia de Mariscal Cáceres, el tipo de muestreo fue no probabilístico ya que se hizo por conveniencia del investigador, obtuvo el siguiente resultado el 50.00 % casi siempre promueve autonomía de los trabajadores para realizar sus labores, 87.50 % la empresa casi siempre relaciona los propósitos de los trabajadores y el propósito de la organización, 25.00 % casi siempre promueve la responsabilidad de los trabajadores de la organización, 37.50 % algunas veces promueve la premiación a los trabajadores mediante bonos, 50.00 % algunas veces premian a los trabajadores en base a resultados, 25.00 % casi siempre otorga reconocimiento y felicitaciones a los trabajadores cuando logran las metas propuestas, por otro lado un 25.00 % siempre aplica estrategias para tener un buen ambiente laboral favorable. Concluyendo que estas dos dimensiones son descuidadas por los empresarios de este sector, asimismo, nunca promueven la premiación a los

trabajadores en base a bonos, resultados, no se reconoce ni se felicita a los trabajadores, resultando valioso la elaboración de la propuesta de mejora de la motivación laboral.

Antecedentes Nacionales

Variable 2: Atención al cliente

Orellano (2018) en su trabajo de investigación *Nivel de satisfacción de la atención al cliente en el Restaurante Mama Juana*; Tuvo como objetivo general evaluar el nivel de satisfacción de la atención en el restaurante Mama Juana; con una metodología de tipo mixto y de diseño no experimental; con una población de 50 clientes y el muestreo utilizado en esta investigación, es el muestreo intencional o de conveniencia; aplicando como instrumento de recolección de datos la encuesta; donde se concluye que según el diagnóstico establecido se encontró que el 11 personal del restaurante Mama Juana cuenta con actitudes para poder brindar un buen servicio; porque son amables, cortes y empáticos. Sin embargo, le falta apoyo por parte de los directivos de la empresa para poder fortalecer sus cualidades y poder brindarles a los consumidores el servicio correcto. En cuanto a las características del personal 2 de los 4 colaboradores, son personas no especializadas en cuanto a atención al cliente, puesto que ellos solo cuentan con estudios secundarios, así mismo 3 de los 4 colaboradores del establecimiento, no están contratados, es personal que trabaja esporádicamente lo que conlleva a que haya una rotación continua de personal, creando un problema en la atención al cliente puesto que no se puede seguir un estándar de calidad de servicio. En cuanto al nivel de la atención al cliente en el restaurante Mama Juana se encontró que los clientes están satisfechos en la siguiente dimensión: cuando el cliente tiene un problema el restaurante muestra un sincero interés en solucionarlo con un 66%; así mismo, los trabajadores nunca están demasiado ocupados para responder las preguntas de los clientes con un 50%. Por

otro lado, se puede apreciar que el cliente se encuentra insatisfecho: cuando realizan sus transacciones al momento de cancelar en el establecimiento con un 26% y, además, que el restaurante no concluye la entrega de servicio en el tiempo prometido con un 8%.

Coronel (2016) en su investigación *Calidad de servicio en la atención del cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima; 2016*, tuvo el siguiente problema: ¿determinar la calidad del servicio en la atención del cliente del Restaurant Pizza Hut del centro comercial Mega Plaza Lima 2016?, se planteó el siguiente objetivo general: determinar la calidad del servicio en la atención del cliente en el restaurant Pizza Hut del centro comercial Mega Plaza-Lima 2016 y los objetivos específicos fueron; analizar la calidad del servicio en el restaurant Pizza Hut del centro comercial Mega Plaza - Lima, determinar la atención del cliente en el Restaurant Pizza Hut del centro comercial Mega Plaza- Lima y evaluar la influencia entre calidad de servicio y atención del cliente en el restaurant Pizza Hut del centro comercial Mega Plaza- Lima 2016 y se obtuvo los siguientes resultados: en el restaurant Pizza Hut, un promedio general de 41.6% de los clientes se encuentran en total acuerdo con el servicio; solo 11% de los clientes se sienten en indiferencia o desacuerdo con esta variable en estudio, en el restaurant Pizza Hut, en relación al ambiente el 42.1 % de los clientes se encuentran satisfechos; y solamente el 10% se encuentran insatisfechos con esta variable, se observa que 65.70% de los clientes están un poco de acuerdo con la calidad del restaurant ; seguido de 18,3% que ni están de acuerdo ni en desacuerdo, luego del 10,1% que están un poco en desacuerdo y el 5,9% que están fuertemente de acuerdo con la calidad del servicio, siendo este el porcentaje más bajo, se observa que 62,9% tienen un grado de satisfacción normal con respecto al restaurant Pizza Hut; seguido de 20,2% que se encuentran satisfechos; mientras que el 9,3% se encuentran insatisfechos y el 7,6% de los clientes se encuentran completamente

satisfechos, siendo este el menor porcentaje. Y se llegó a la siguiente conclusión en el Restaurant Pizza Hut- Lima; de un total de 356 comensales encuestados 255 estuvieron de acuerdo con el nivel de calidad del servicio en el restaurante; sin embargo, 101 de ellos manifestaron su desacuerdo con este proceso. Es importante destacar que en promedio 157, manifestaron que los productos que vende dicho restaurante son de buena calidad, sin embargo, 199 de ellos afirman su desacuerdo con respecto a los productos ofrecidos por este restaurante. En el restaurant Pizza Hut- Lima; de un total de 356 encuestados, se concluye que 181 comensales se encuentran satisfechos con el servicio ofrecido por el restaurante; sin embargo, 175 de ellos manifiestan claramente su insatisfacción. Así mismo un elemento clave de la satisfacción es el tiempo de espera para ser atendido, 214 comensales están de acuerdo con el tiempo de espera; sin embargo 153 manifiestan su insatisfacción con respecto a este parámetro. Finalmente, para la demostración estadística se concluye que si existe relación significativa entre calidad de servicio y en la atención al cliente en el restaurant Pizza Hut en el centro comercial Mega Plaza Lima.

Antúnez (2017) en su investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016*. Tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de Calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. Se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las principales características de los gerentes o representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. Determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro restaurantes, en la ciudad de Huarmey, 2016. Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurantes, en la

ciudad de Huarney, 2016. La investigación tiene la siguiente metodología: Para la elaboración del presente trabajo se utilizó el diseño no experimental –transversal – descriptivo. Fue no experimental, porque la investigación se realizó sin manipular la variable gestión de calidad en atención al cliente, se observó el fenómeno tal como se funciona dentro de las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes de la ciudad de Huarney, sin modificación alguna. Transversal, porque el estudio se realizó en un determinado tiempo, donde se tuvo un inicio y un fin específicamente el año 2016. Descriptivo, porque solo se describió las características de los representantes, de las micro y pequeñas empresas, y de la variable Gestión de calidad en atención al cliente. La población es determinar la población del presente estudio de investigación se realizó un sondeo obteniendo una población de 26 micro y pequeñas empresas perteneciente al sector servicio - rubro restaurantes. Y se determinó una muestra dirigida de 22 micro y pequeñas empresas las que aceptaron participar en la investigación. El criterio de selección de la muestra estuvo en función de 10 la voluntad y disponibilidad de proporcionar información por parte de los representantes legales de las micro y pequeñas empresas. Se obtuvo los siguientes resultados: el 72.2% de edad de los representantes es de 51 años a más, el 63.6% son de sexo masculino, el 45.5% su grado de instrucción tiene estudios superiores, el 63.3% tiene de 1 a 5 trabajadores, el 59.1% son formal, el 68.2% tienen de 0 a 3 años de permanencia en el rubro, el 59.1% si conocen de gestión de calidad, el 40.9% tiene como técnica de gestión la mejora continua, el 50% tiene como prioridad planificar sus actividades, el 36.4% tiene buen trato en los clientes, el 45.5% contratan mayormente a sus familiares, el 54.5% no capacita a los colaboradores, el 50% de los factores externos es la innovación del producto, el 59.1% contribuye una atención de calidad y aumenta sus ventas. La investigación concluye que: Respecto a las principales características de los representantes de las micro y pequeñas empresas, la mayoría de los

representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son personas adultas, ya que tienen una edad entre 31 a 50, son de género masculino, con un grado de instrucción superior. Respecto a las principales características de las micro y pequeñas empresas, la mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurantes en la ciudad de Huarmey son informales, con un tiempo de permanencia en el rubro de 0 a 3 años y se desarrollan con un personal entre 1 a 5 trabajadores. Respecto a las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente, la mayoría de los representantes manifiestan que están aplicando una gestión de calidad, usando la técnica de la mejora continua, así mismo para determinar la calidad en sus negocios ellos priorizan la planificación de sus actividades. En cuanto al personal la mayoría de los micro empresarios contratan a sus colaboradores no precisamente por su competitividad, sino que prefieren dar la oportunidad a familiares, convirtiéndolo así en un negocio familiar, de la misma manera en su mayoría los representantes no consideran importante la capacitación, puesto que no lo aplican con sus colaboradores. En cuanto a la atención al cliente, la mayoría de las Mype tienen como prioridad el buen trato al cliente para gestionar una atención de calidad, contribuyendo así al aumento de ventas del negocio, a su vez la mayoría dicen adecuarse a los factores externos como la innovación del producto.

Antecedentes Locales

Variable 1: Motivación Laboral

Alfaro (2016) en su investigación *Clima organizacional y motivación laboral en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro restaurantes, “pollerías” – del distrito de nuevo Chimbote – Provincia el Santa, 2016*, quien tuvo como objetivo determinar la relación existente entre el clima organizacional y motivación laboral en las micros y pequeñas empresas del sector servicios, para lo cual se aplicó una investigación

de tipo descriptivo y se utilizaron el diseño no experimental (transaccional o transversal), una población universal que está conformada por 50 trabajadores: donde se obtuvo los siguientes resultados en la distribución de sexo, se aprecia que el 48% está representado por el sexo masculino y el 52% de femenino, el 6% de los trabajadores tiene un nivel de satisfacción laboral desfavorable y el 30% es de nivel medio, en cuanto a la remuneración un 44% de los trabajadores se muestra desfavorable, mientras que en el desarrollo personal el 42% de los trabajadores representa un nivel totalmente desfavorable, el 64% de los trabajadores manifiesta que el desempeño de sus tareas están en un nivel totalmente favorables, el 45% de los trabajadores se muestra desfavorable porque siente que no tienen las herramientas necesarias para trabajar .

Adrianzén (2018) en su trabajo de investigación *Motivación y Desempeño Laboral del personal de servicio en Atención al Cliente, supermercados Metro - Nuevo Chimbote, 2018*. La presente tesis tuvo por finalidad principal determinar la relación entre la motivación y desempeño laboral, así como analizar las variables antes mencionadas en su desenvolvimiento dentro de los trabajadores de supermercados Metro. “Los resultados en base al objetivo principal, determinaron una relación positiva entre las variables de investigación, siendo respaldada por una significancia asintótica del 0.003 calculado a partir de la prueba Chi – Cuadrado. Este estudio fue de diseño no experimental – transversal – correlacional; donde se trabajó con una muestra de 53 trabajadores, quienes en sus tiempos libres nos brindaron sus opiniones acerca de las variables de estudio respondiendo a una encuesta preestablecida. Por otro lado, los resultados arrojaron una calificación de alto nivel para la variable motivación destacando un 55 %, y una calificación muy alta de la variable desempeño laboral con 51%. Finalmente se presentan conclusiones guiadas de los objetivos planteados, al igual se deja recomendaciones para la mejora de la organización en aras de preservar las condiciones de sus colaboradores”.

Flores (2016) en su investigación *Clima organizacional y motivación laboral en las micro y pequeñas empresas del sector servicios- rubro restaurantes, “Pollerías” – del distrito de Nuevo Chimbote – provincia el Santa, 2016*. El trabajo tuvo como objetivo general Determinar la relación existente entre el Clima Organizacional y Motivación Laboral en las micros y pequeñas empresas del sector servicios – rubros restaurantes, “pollerías” – Nuevo Chimbote, Provincia el Santa, 2016. Para poder conseguir el objetivo general, se han planteado los siguientes objetivos específicos: Determinar el nivel de Clima Organizacional en las micros y pequeñas empresas del sector servicios – rubros restaurantes, “pollerías” – Nuevo Chimbote, Provincia el Santa, 2016, determinar el nivel de Motivación Laboral en las micros y pequeñas empresas del sector servicios – rubros restaurantes, “pollerías” – Nuevo Chimbote, Provincia el Santa, 2016 y Determinar la magnitud de relación entre el clima organización y la motivación laboral. Se planteó el siguiente enunciado del problema: ¿Qué relación existe entre Clima Organizacional y Motivación Laboral en las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes, “Pollerías” – Nuevo Chimbote provincia del Santa, ¿2016? Para el desarrollo del trabajo se utilizó un tipo de investigación descriptivo correlacional en un diseño no Experimental. Para el recojo de la información se identificó 15 MYPE rubro “Pollerías” del Distrito de Nuevo Chimbote, de las cuales se escogió como muestra una población de 50 trabajadores en 5 “pollerías”, a quienes se les aplico dos cuestionarios, de lo que se obtuvo los siguientes resultados: En cuanto al clima organizacional por lo general presenta los trabajadores de las diversas pollerías un 22% en un nivel totalmente desfavorable, seguido de un 24% de los trabajadores que se encuentran en un nivel medio, por último el 54% de los trabajadores se encuentran en un nivel totalmente favorable. En cuanto a la Motivación Laboral por lo general presenta un 6% de los trabajadores presenta un nivel totalmente desfavorable en cuanto al clima organizacional, seguido de un 30%

de trabajadores con un nivel medio, finalmente el 64% de los trabajadores se encuentran en un nivel totalmente favorable. Finalmente, como conclusión: Los trabajadores presentan adecuado clima organizacional en sus MYPE y por ende presentan un favorable nivel de motivación laboral, percibiendo adecuadamente un nivel de desarrollo personal y profesional, condiciones idóneas de trabajo y apoyo dentro de la organización

Antecedentes Locales

Variable 2: Atención al cliente

Chávez (2018) en su investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016, y planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. La metodología utilizada fue la siguiente: el diseño no experimental – transversal- descriptivo-cuantitativo. La población fue: 6 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016. La técnica que se utilizó para la investigación es la encuesta. El instrumento que se utilizó para el recojo y registro de la información fue el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: El 50,0% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 31 a 50 años de edad, El

66,7% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino, El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen instrucción superior universitaria, El 83,3% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen el cargo de administrador, El 33,4% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el cargo. El 66,6% de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen entre 6 a 10 colaboradores, El 66,7% de las micro y pequeñas empresas cuentan con personas familiares trabajando. El 100% de las micro y pequeñas empresas se formación para generar ganancias, El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas no conocen del término gestión de calidad. El 50% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aplican en su gestión la técnica el Benchmarking. El 33,4% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que las dificultades del personal en la aplicación de la gestión de calidad es que no se adaptan a los cambios. El 50% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas miden el rendimiento del personal a través de la observación. El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de la empresa. El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas conocen el término atención al cliente. El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aplican la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes El 66,7% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas consideran que atención que brindan es buena El 100,0% de los representantes de las Micro y pequeñas brindan una buena atención al cliente El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que son eficientes y dan soluciones a los reclamos de sus clientes El 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas aseguran que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa. Llego a las siguientes

conclusiones: La mitad (50,0%) de los representantes tienen entre 31 a 50 años edad, de género masculino, cuentan con estudios superiores universitarios, siendo su profesión Lic. en administración, son los administradores y llevan en el cargo más de 7 años. La mayoría (66,6%) de las micro y pequeñas empresas tienen más de 7 años en el rubro, cuentan con 6 a 10 trabajadores, siendo sus familiares quien trabajan para ellos, así mismo se crearon con la finalidad de generar ganancias. Por otra parte, los representantes conocen el término atención al cliente, consideran que la atención que brindan es buena, así también son eficientes y dan soluciones a los reclamos de sus clientes, por último, consideran que la atención al cliente permite el posicionamiento de su empresa.

Figuroa (2018) en su investigación *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, y planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerente y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, determinar las principales características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016, determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016. La metodología utilizada fue la siguiente: El diseño no experimental – transversal- descriptivo. La población fue: La población del estudio está conformada por 8 micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro, restaurantes, Jr. Ladislao Espinar cdra. 3, La técnica que se utilizó para la

investigación es la encuesta. El instrumento que se utilizó para el recojo y registro de la información fue el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: El 50,0% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, El 62,5% de los representantes son de género masculino, El 62,5% de los representantes tiene grado de instrucción superior universitaria, El 87,5% de los representantes son los dueños, El 50,0% de los representantes tienen en el cargo más de 7 años, El 62,5% de las Micro y pequeñas empresas tienen en el rubro más de 7 años, El 50,0% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 6 a 10 trabajadores, 75,0% de las Micro y pequeñas empresas tiene a personas no familiares laborando, El 87,5% de las Micro y pequeñas empresas tienen como finalidad de generar ganancias, 100 % tiene como objetivo maximizar ganancias. Esto demuestra que la mayoría formaron sus negocios para generar ganancias, El 62,5% de los representantes conocen el término Gestión de calidad, El 62,5% de los representantes utilizan la atención al cliente como herramienta de gestión, El 50,0% de los representantes aseguran que las dificultades para implementación de la gestión de calidad es el aprendizaje lento, El 75,0% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación El 62,5% de los representantes aseguran que a veces la Gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas, El 100,0% de los representantes conocen el termino atención al cliente. El 50,0% de los representantes consideran como factor importante en el servicio son las instalaciones, el 75,0% de los representantes aseguran que siempre aplican Gestión de calidad en el servicio que brindan, El 50,0% de los representantes consideran que a veces la atención al cliente es fundamental, El 62,5% de los representantes utilizan la confianza como herramienta de servicio al cliente, El 87,5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena El 100% de los representantes no considera que esta que se está dando una mala atención. El 62,5% de los representantes ha logrado obtener

clientes más satisfechos, Llego a las siguientes conclusiones: La mayoría de los representantes están siendo dirigidas por personas adultas con una edad promedio entre 31 a 50 años, La mayoría de las Micro y pequeñas empresas llevan en el rubro más de 7 años, La mayoría de los representantes conocen el término de gestión de calidad, aplican la técnica de atención al cliente.

Yzaguiere (2019) en su investigación *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*, tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018, y planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las principales características de los gerentes y/o representantes legales de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018; describir las principales características de las micro y pequeñas empresas del servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018 y describir las principales características de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. La metodología utilizada fue la siguiente: No Experimental – transversal – descriptivo. La población fue: La población del estudio está conformada por 12 Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018. La técnica que se utilizó para la investigación es la encuesta. El instrumento que se utilizó para el recojo y registro de la información fue el cuestionario. Obteniendo los siguientes resultados: El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años. El 75% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son de género masculino. El 58.33% de los representantes de las

micro y pequeñas empresas tienen un grado de instrucción superior universitario. El 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas son dueños de los negocios. El 66.67% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen entre 4 a 6 años desempeñando el cargo. El 50% de las micro y pequeñas empresas tiene de 4 a 6 años de permanencia en el rubro. El 75% de las micro y pequeñas empresas tienen de 1 a 5 trabajadores. El 100% de las micro y pequeñas empresas laboran con personas no familiares. El 75% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación generar rentabilidad. El 58.33% de las micro y pequeñas empresas si conocen el término de gestión de calidad. El 58.33% de las micro y pequeñas empresas aplican como técnica de gestión de calidad la atención al cliente. El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen como dificultad el desconocimiento del puesto. El 50% de las micro y pequeñas empresas miden el rendimiento de su personal con la observación. El 75% de las micro y pequeñas empresas indican que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios. El 66.67% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que la gestión de calidad si les ayuda a alcanzar sus objetivos y metas. El 91.67% de las micro y pequeñas empresas indican que si conocen el término atención al cliente. El 91.67% de las micro y pequeñas empresas manifiestan que si aplican la gestión de calidad en los servicios que brindan. El 91.67% de las micro y pequeñas empresas indica que la atención al cliente si es fundamental para sus negocios. El 83.33% de las micro y pequeñas empresas aplican una buena atención al cliente. El 41.67% de las micro y pequeñas empresas consideran que dan una mala atención por una mala organización de sus trabajadores. El 58.33% de las micro y pequeñas empresas considera como técnicas de atención al cliente el precio justo y razonable, El 91.67% de las micro y pequeñas empresas considera que la empresa es eficiente cuando se atiende los reclamos. El 83.33% de las micro y pequeñas empresas afirman que la atención al cliente les permite el

posicionamiento del mercado. Llego a las siguientes conclusiones: La mayoría absoluta de los representantes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, tienen entre 31 a 50 años, están siendo dirigidas por el género masculino, asimismo la mayoría son profesionales universitarios dueños de sus propios negocios y tienen entre 4 a 6 años de experiencia. La mayoría de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del casco urbano de la ciudad de Chimbote 2018, cuentan con 4 a 6 años de permanencia en el rubro, a la vez la mayoría absoluta de las Mypes tienen entre 1 a 5 trabajadores, su objetivo de creación es generar ingresos y la totalidad de las Mypes trabajan con personas no familiares en sus negocios. La mayoría conoce el término gestión de calidad, aplican como técnicas modernas de gestión la atención al cliente, tienen dificultad para implementar la gestión de calidad debido a que sus trabajadores no tienen conocimiento sobre lo que es gestión de calidad, aplican la técnica de observación para medir el rendimiento de su personal, manifiestan que la gestión de calidad les ayuda alcanzar los objetivos trazados, consideran como técnicas de atención al cliente el precio justo y razonable, así mismo la mayoría absoluta considera que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus negocios, conocen el término atención al cliente, aplican la gestión de calidad en los servicios que brindan, la atención al clientes es fundamental, aplican una buena atención al cliente así como la empresa es eficiente cuando atiende y da solución a los reclamos, afirman que la atención al cliente permite el posicionamiento del mercado y por último la mayoría relativa considera que dan una mala atención debido a una mala organización de sus trabajadores.

Antecedentes Regionales

Variable 1: Motivación Laboral

Rosales (2019) en su investigación realizada en la Ciudad de Huaraz, con *La finalidad de identificar y poder describir las características fundamentales de la gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral de los trabajadores de los restaurantes en el distrito de Huaraz*. Tuvo como objetivo general: Describir las principales características de gestión de calidad bajo el enfoque de la motivación laboral de los trabajadores de los restaurantes en el distrito de Huaraz. Para tal efecto, se procedió a la recopilación de los datos a través de la aplicación de una encuesta a 41 trabajadores encontrando los siguientes resultados: Existe un porcentaje importante (36,59%) de los trabajadores que consideran que la empresa no les brinda las condiciones laborales necesarias para una motivación laboral; y así mismo, un importante porcentaje (41,46%) de los trabajadores consideran que la empresa casi nunca les ha brindado las herramientas requeridas para un desarrollo óptimo de sus funciones; y más de la mitad de los entrevistados refirieron no tener un ambiente adecuado para el trabajo y que las relaciones interpersonales no son buenas. La investigación fue de diseño no experimental – transversal, nivel descriptivo. Por lo cual llega a la conclusión de que los trabajadores no reciben un trato adecuado en el trabajo por lo que no se encuentran satisfechos y esto se va a reflejar en la calidad de atención al cliente, la cual puede verse seriamente afectada; siendo de vital importancia tomar conciencia y mejorar los conocimientos para mejorar la implementación de factores que contribuyan a la motivación laboral.

Prescott (2019) en su trabajo de investigación *Cuál es la situación de la motivación laboral de los trabajadores del restaurante de comidas oriental del distrito de Casma*, Tuvo como objetivo general: Determinar la mejora de motivación laboral de los trabajadores del restaurante de comidas oriental del distrito de Casma, para lo cual se

aplicaron encuestas a una muestra de 57 trabajadores de dicha institución, a fin de recopilar información respecto a los aspectos más relevantes que influyen como incentivos para motivar al personal, ya sean monetarios o no monetarios. Entre los principales resultados obtenidos se encontró que el 48,5% de los colaboradores consideran que reciben una remuneración justa por la labor desempeñada, sin embargo, reflejan que no necesariamente es una remuneración lo suficientemente atractiva para motivar a un mejor desempeño organizacional. Así mismo, más de la mitad de los entrevistados consideran que los incentivos monetarios y no monetarios implementados en la institución no se ajustan a las necesidades y expectativas de los trabajadores; esto se refleja en el parcial involucramiento de los colaboradores en la toma de decisiones para mejorar la gestión institucional el cual es de un 49,12%.

Núñez (2018) en su investigación sobre *Motivación y desempeño laboral de los trabajadores de los diferentes restaurantes que se encuentran en el distrito de Huarmey*; Tuvo como objetivo general: determinar las principales características de motivación y desempeño laboral de los trabajadores de los diferentes restaurantes que se encuentran en el distrito de Huarmey. Se realizó una encuesta a 72 trabajadores de dichos establecimientos con la finalidad de recopilar información relevante en este tema. La investigación fue diseño no experimental- transversal, nivel descriptivo. Cuyos principales resultados fueron: Existe un 44.4% de los empleados que se sienten mediamente motivados con respecto a las políticas sostenidas por la empresa; un 37,5% de los empleados se sienten conformes con los mecanismos de supervisión; un 55,6% se encuentran satisfechos con las relaciones con el personal y sus supervisores; un 50% se sienten reconocidos en sus esfuerzos dentro de la empresa. Sin embargo, más del 40% de los trabajadores tiene escasa motivación en relación con las oportunidades de promoción y crecimiento en el trabajo y en relación al salario percibido.

Antecedentes Regionales

Variable 2: Atención al cliente

Cano (2017) en su investigación *Gestión de calidad en atención al cliente y la satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro restaurante en la ciudad de Huarmey, 2016*. En la siguiente investigación tuvo el siguiente objetivo general: determinar la relación de la gestión de calidad de la atención al cliente y el nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante: caso 10 restaurante en la ciudad de Huarmey 2016. Para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de la gestión de calidad de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurante: caso restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarmey,2016. Conocer el nivel de satisfacción del cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante: caso restaurante “La Rinconada” en la ciudad de Huarmey, 2016. Establecer la relación que existe entre la gestión de calidad de la atención al cliente y su nivel de satisfacción en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurante: Caso restaurante “La rinconada” en la ciudad de Huarmey, 2016. En la investigación se obtuvo los siguientes resultados. Con respecto a la variable: Atención al cliente el 80% afirman que están totalmente de acuerdo con el uso de principios de atención al cliente practicados en el restaurante “La rinconada”. Esto indica que se tiene en cuenta normas para atender a los clientes y asegurar un nivel de satisfacción elevado. El 50% afirman que están parcialmente de acuerdo y el 37% totalmente de acuerdo con el uso de canales de atención al cliente, que se han implementado en el restaurante. Esto significa que los clientes tienen diversas formas como adquirir los productos o servicios del restaurante. El 63% de los clientes afirman estar totalmente de acuerdo y el 23% parcialmente de acuerdo con el uso de procesos en los pedidos de los clientes. El 51%

afirman estar totalmente de acuerdo y el 28% parcialmente de acuerdo con el uso de procesos en la solicitud de información cuando el cliente lo solicita. El 66% afirman que están totalmente de acuerdo y el 20% parcialmente de acuerdo en que el personal si se relaciona con los clientes. Con respecto a la variable: satisfacción del cliente: El 78% afirman estar totalmente de acuerdo que el producto brindado por el restaurante es adecuado. El 51% afirman estar totalmente de acuerdo y el 43% afirman estar parcialmente de acuerdo con la resolución de problemas que se presentan en el restaurante. El 43% afirman que están totalmente de acuerdo y el 37% están parcialmente de acuerdo con las ventajas que posee el restaurante con respecto a la competencia. El 58% afirman que están totalmente de acuerdo en que los productos están orientados hacia el cliente. Metodología utilizada en la investigación fue cuantitativa – descriptiva, transversal. En las conclusiones las características en cuanto a la gestión de calidad en atención a los clientes del restaurante “La Rinconada” se concluye que la mayoría están totalmente de acuerdo con la aplicación de principios en un 80%, uso de procesos para atender los pedidos con un 63%, brindar información con 51% y servicios post venta con un 51% sin embargo, aproximadamente la mitad (42%) manifiesta que está totalmente de acuerdo con la generación de nuevas funciones de atención a los clientes, con el uso de canales de atención (50%) y que un 43% están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el procesamiento de quejas de los clientes. Esto nos indica que el restaurante la Rinconada hay un alto nivel de atención al cliente y sin embargo hay ciertos indicadores que se deben de mejorar.

Rosales (2017) en su investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Casma, 2017*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de los representantes de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector

servicio-rubro pollerías del distrito de Casma, 2017; como objetivos específicos: Determinar las características de los representantes de la gestión de calidad en atención al cliente de las micro y empresas del sector servicio – rubro pollerías del distrito de Casma, 2017. Determinar las características de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del distrito de Casma, 2017. Determinar las características de una gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio – rubro pollerías del distrito de Casma, 2017. La investigación fue de diseño no experimental - transversal - Descriptivo para el recojo de información se utilizó una población muestral de 12 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 23 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados. El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas tienen de 31 a 50 años de edad. El 50% de los representantes son del género masculino. El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas si tienen secundaria. El 66.67 % de los representantes encuestados desempeñan el cargo de dueño. El 50% de los representantes de las micro y pequeñas empresas desempeñan el cargo de 4 a 6 años. El 66.67 % de las micro y pequeñas empresas permanece al rubro de 4 a 6 años. El 33.3% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen de 1 a 5 a más trabajadores. El 83.33% de los trabajadores de las micro y pequeñas empresas son personas no familias. El 66.67% de las micro y pequeñas empresas tienen como objetivo de creación 11 generar ganancias. El 66.67% de las micro y pequeñas empresas encuestadas si conocen el termino gestión de calidad. El 66.67% de las micro y pequeñas empresas encuestadas si conocen la técnica administrativa de atención al cliente. El 33.33% de las micro y pequeñas empresas presentan dificultades del personal por el desconocimiento del puesto. El 66.67% de las micro y pequeñas empresas encuestadas tienen como técnica para medir a su personal la observación. El 100% de las micro y pequeñas empresas encuestadas considera que la

gestión de calidad si contribuye en su negocio. El 66.67% de los representantes creen que si logro alcanzar los objetivos. El 66.67% si conoce el termino atención al cliente. El 66.67% de las micro y pequeñas empresas encuestados si aplican la gestión de calidad. El 66.67% de las micro y pequeñas empresas consideran que si es fundamental en atención al cliente. El 50% de las micro y pequeñas empresas creen que la rapidez en la entrega de productos para el servicio que brinda. El 50% de las micro y pequeñas empresas creen que la entrega rápida de producto es el principal factor del producto. El 66.67% de las micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que brindan una buena atención al cliente. El 41.67% de las micro y pequeñas empresas consideran que hay una mala atención al cliente por una mala organización de los trabajadores. El 50% de las micro y pequeñas empresas tienen clientes satisfechos como resultados brindado al realizar una atención. Conclusión: La totalidad de la gestión de calidad piensan que si mejoro su negocio , la mayoría gestión de calidad si ayudo alcanzar sus objetivos, la mayoría de los representantes si conoce el termino gestión de calidad , la mayoría conoce la técnica moderna atención al cliente, la mayoría tienen dificultades sobre el desconocimiento del puesto de la gestión de calidad , la mayoría utilizan la técnica de la observación para medir el rendimiento del personal , ,la mayoría si conocen el termino atención al cliente, la mayoría si aplican la gestión de calidad en el servicio a sus clientes ,en su mayoría consideran que si es fundamental la atención al cliente, la mayoría utiliza la comunicación como herramientas para un buen servicio de calidad ,la mayoría utiliza la rapidez en la entrega del productos como principal factor para la calidad de servicio que brinda , la mayoría de la micro y pequeñas empresas brindan una buena atención al cliente, la mayoría consideran una mala atención al cliente es por la mala organización de sus trabajadores , la mayoría tienen clientes satisfechos como resultados logrados al brindar una buena atención al cliente.

Ríos (2016) en su investigación *Caracterización de la Calidad del Servicio bajo el Modelo SERVQUAL en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios – Rubro Restaurantes Campestres en el Distrito de Huaraz, 2016*. Así mismo se planteó el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la calidad del servicio bajo el modelo SERVQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes campestres en el distrito de Huaraz, 2016 y como objetivos específicos: determinar las principales características de los clientes de las micro y pequeñas empresas, del sector servicio-rubro Restaurante Campestre en el distrito de Huaraz y determinar las características de la calidad de servicio bajo el modelo SERVQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicio-rubro restaurante campestre en el distrito de Huaraz. Se planteó el siguiente problema: ¿Cuáles son las principales características de la calidad del servicio bajo el modelo SERVQUAL en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes campestres en el distrito de Huaraz, 2016? En esta presente investigación se desarrolló la siguiente metodología: Se utilizó un tipo y nivel de investigación descriptivo, cuantitativo y con diseño transaccional. Para el recojo de 17 información se identificó una población de 1200 clientes, de los cuales se consideró una muestra de 291 clientes a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas cerradas por medio de la encuesta. Esta investigación tuvo los siguientes resultados: El 38.9% manifiestan tener de 26 a 55 años de edad, el 52.8% son de sexo femenino, el 30.6% manifiestan tener un grado de instrucción superior universitario completo, el 52.8% manifiesta estar de acuerdo respecto a la entrega del servicio en el tiempo determinado, el 55.6% manifiesta estar en desacuerdo respecto al sincero interés en la solución de reclamos, el 69.4% manifiesta estar en desacuerdo respecto a que los empleados brindan el servicio con rapidez. Esta investigación llegó a las siguientes conclusiones: En relación a las características de los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios

–rubro restaurantes campestres del distrito de Huaraz, un gran porcentaje de ellos tienen de 36-45 años de edad, la mayoría son mujeres y con estudios superiores universitarios, éstas características permiten inferir que son clientes que valoran la calidad del servicio tanto en sus aspectos tangible como intangible por ende se debe brindar un servicio que puedan cumplir con las expectativas creadas en relación al servicio lo que conllevará a su satisfacción y por lo mismo también beneficios económicos para las empresas. La características de la calidad de servicio de los restaurantes campestres identificadas son: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía donde a través de la investigación se presenta que los clientes que acuden a estas empresas consideran que los mobiliarios, equipos y herramientas en su mayoría no son los adecuados, así como sus instalaciones físicas tampoco son visualmente atractivas al igual que predomina el poco interés por parte del personal de dichas empresas de solucionar reclamos y mucho menos muestran una sincera preocupación por brindar un servicio de calidad.

2.2.Bases teóricas

V.1. MOTIVACIÓN LABORAL

Por ello la motivación laboral se define en estudiar el comportamiento de la persona para así fortalecer sus tareas laborales, en tal sentido se estima oportuno conocer las necesidades de los miembros de un equipo de trabajo para enfocarnos como motivarlos demostrando su compromiso y ganas de hacer las tareas laborales con eficiencia, asimismo puedan mejorar sus virtudes y consolidar su destreza así mejorando su desempeño y relaciones interpersonales. (Marin,2016)

Además, Sotelo (2016) da a conocer que la formación de los trabajadores en las empresas bien organizadas deben tener en cuenta elaborar un plan de mejora para prevalecer la motivación como foco principal en los trabajadores para el crecimiento y equilibrio de la empresa de tal sentido se vea la forma de contribuir con su esfuerzo, responsabilidad, perseverancia y querer crecer en lo profesional y personal, de tal forma ser mejores trabajadores en la organización para así posicionarse en el mercado nacional.(p.2)

Al mismo tiempo la motivación de los empleados es muy valiosa en el trabajo que se relacionen en una calidad de vida y equilibrio en el trabajo, así como en la sociedad moderna. Asimismo, trabajaban diariamente en el crecimiento personal en capacitaciones, formaciones para ser mejores en el trabajo y demostrar lo importante que deben ser en una empresa, pero hay momentos que dejan de hacer cosas valiosas en seguir creciendo y se conforman con lo poco que tienen, dejando de lado la motivación con sus trabajadores implicando la deficiencia de sus labores para el éxito de la organización. (Parjoleanu,2020)

a) La importancia de la Motivación Laboral

La importancia que tiene la motivación laboral es conocer ciertos motivos que tiene el trabajador en poder tener la satisfacción de sentirse valorado en su propio trabajo y sentirse comprometidos en poder dar todo para el buen funcionamiento de la empresa en efecto nosotros como cabeza de una organización no debemos perder la perspectiva de socializar con nuestros trabajadores que influye en la soledad de tal sentido implica que no hagan un buen trabajo y no se sienten con ganas de trabajar es por eso que la motivación laboral es muy importante por ciertas razones. (Palmero, 2016)

1. Un trabajador motivado rendirá más porque se siente mejor en su puesto y lo realiza con mayor eficacia.
2. Aumenta su sensación de pertenencia a la empresa y al equipo.
3. Florecen con mayor facilidad nuevas ideas y las transmiten a sus superiores.
4. Aumenta la productividad de la compañía, lo que se traduce en mayores ventas.
5. Los trabajadores obtienen mayor crecimiento, reconocimiento personal y profesional.
6. Mayor competitividad empresarial.
7. Mejora la imagen de la empresa al valorar el capital humano
8. Reduce las posibilidades de que los trabajadores se vayan de la empresa, pues se sientan a gusto y motivados.
9. La empresa atrae nuevos talentos gracias a su buena imagen. Tan importante es retener el talento como captado, por lo que es importante desarrollar estrategias para ambos objetivos. (p.11)

✓ Tipos de Motivación

Según lo menciona Llanga (2019) da conocer dos tipos de motivación:

Motivación extrínseca: La motivación extrínseca se refiere a lo que el trabajador puede obtener de los demás con su trabajo. Lo que sucede con este tipo de motivación es que el trabajo parece algo ajeno a la historia personal del trabajador, por lo que, en lugar de aumentar la productividad, podría incluso perjudicarla que llevan algo externo como recompensas externas, como el dinero, ascensos laborales, la popularidad, halagos o el reconocimiento social. (p.21)

Motivación intrínseca: Lo que se menciona de la motivación en cuestión se obtiene en sí del trabajo considerándolo como el escenario para desplegar las propias capacidades, se destacan los valores positivos del trabajo en sí mismos, no para alcanzar otra cosa. La productividad tiende a ser más alta en estos casos, de tal forma aquella motivación viene de uno mismo en hacer las cosas que verdaderamente le gustan a uno. (p.22)

En tal sentido la motivación extrínseca e intrínseca se manifiesta dos formas de motivación, que tienen mucho en común en cuanto a relacionarse de manera positiva y negativa de tal forma son capaces de producir ambas situaciones sobre el rendimiento de la persona como por ejemplo: La motivación extrínseca: Cambiar de trabajo para ganar más dinero, no porque nos de alegría , si no por la necesidad que tenemos en ganar un poco más para solventar nuestros gastos, agradar a una persona que conoces para conseguir su visto bueno y hable bien de ti, estudiar mucho para tener buenas notas y evadir que nuestros papás nos regañen, asimismo en la motivación intrínseca da a conocer los siguientes ejemplos: de estudiar una carrera profesional por obligación y no por vocación de que te permita en un futuro trabajar en lo que guste y apasione , practicar un deporte que te guste, porque nos haga sentir felices.

Teorías de la motivación

Teoría de las necesidades de Maslow

Por lo tanto, lo que menciona Chiavenato (2017) según a su participación la teoría se basa en las necesidades de la pirámide de Maslow sobre la motivación en la importancia del comportamiento humano que se clasifica en lo siguiente:

- ✓ Necesidades fisiológicas
- ✓ Necesidades de seguridad
- ✓ Necesidades sociales
- ✓ Necesidades de estima
- ✓ Necesidades de autorrealización. (p.387)

Teoría de Herzberg

Por lo tanto, la teoría Palomo (2017) adiciona las aportaciones de Herzberg (1968), que indica lo siguiente “Son los componentes que atribuyan a la satisfacción y motivación sobre el trabajo en los factores que incitan a la insatisfacción” que se describen a continuación:

- ✓ Factores motivacionales (satisfacción)
- ✓ Factores higiénicos (insatisfacción). (p.388)

1. Dimensión

Incentivos

La importancia que tiene el crecimiento personal en los incentivos de una persona sobre la empresa, es demostrar cómo puedes emplear las estrategias empresariales en cuanto a la planificación, orientación en los trabajadores en dar un beneficio por el desempeño en su labor como, por ejemplo: reconocimiento por cumplimientos, vacaciones, aumentos

salariales, etc. Asimismo, alcanzando la satisfacción que adquieran en un sentimiento que trace un objetivo organizacional. (Pérez, 2017)

Según Mayta (2019) Los incentivos y su influencia en el desempeño laboral de una organización, son factores esenciales que repercuten adecuadamente en el rendimiento laboral ya que genere un sentimiento de satisfacción en el capital humano, produciendo que este mejore su productividad del crecimiento de la empresa, que conlleve al camino en la rentabilidad de los trabajadores para el crecimiento del clima organizacional. (p.29)

Se dice que el autor Aumanm (2017) hace mención que los incentivos es una herramienta que tienen relación a la motivación con sus trabajadores, especialmente logra a mejorar las competencias individuales en los recursos humanos para desarrollar de raíz el logro de crecer empresarialmente en el mercado, de esa manera buscamos incentivar al trabajador motivándolo desde lo anímico para así puedan brindar un buen servicio y así tome importancia a su vida personal en base a un compromiso en sus labores. (p.31)

En pocas palabras de las definiciones de los siguientes autores, en el párrafo que menciona sobre el incentivo laboral da hincapié que los trabajadores se sienten muy valiosos en su lugar de trabajo cuando se sienten incentivados cuando reconocen su actividad diaria cuando emplean su labor, no solamente puede ser económicos si no en mejorar como empleador y empleados para el progreso de la organización así desarrollarse en el clima empresarial y en el mercado competitivo.

Indicadores

Cumplimiento

Según menciona Medina (2017), que las empresas peruanas a nivel nacional gestionan una inversión en capacitaciones para sus empleados, luego de haber medido el cumplimiento en su labor, además si se invierte en algo productivo del bienestar de sus trabajadores se podrá obtener mejores resultados, ya que se proporcionará información a

los trabajadores para que mejoren su desempeño laboral, así como beneficios para optimizar el desarrollo profesional. (p.111)

Como se menciona el autor los dueños de una empresa hacemos una preferencia al conocimiento de nuestros colaboradores en ser más eficientes de poder cumplir con sus labores tendremos éxito en el logro empresarial y obtener mejores progresos en la organización, así como generar el contagio a todos los trabajadores en darles motivaciones que desempeñen bien su cargo y ellos puedan encaminar con éxito cada día que trabajen y cumplan las expectativas de los empleadores correspondientes.

Premiaciones

Se da a conocer que una premiación es la excelencia del buen trabajo en equipo que se puede dar un individuo o a un grupo de clientes con el fin de especificar sus contribuciones positivas, así como haber alcanzado los objetivos alcanzados en un principio. Lo que se menciona es enfatizar el trabajo en equipo que es muy importante para dar entender las fortalezas de los empleados, de tal forma nos ayuda a crecer con ciertas áreas entregando el compromiso de todos los trabajadores. (Mejias, 2019)

Lo valioso que es la premiación en el ámbito laboral en los trabajadores es sentirse comprometidos con su trabajo y eso prevalece premiaciones que les ayuden a tener un poco de autoestima que son mejores en su entorno para que ellos se sientan fortalecidos y contribuyan siempre en lo empresarial, de tal manera se empleara para futuros trabajadores que integren a la empresa y puedan lograr premiaciones para ser buenos en tal sentido se logre la satisfacción del cliente , del trabajador y los propios emprendedores que tienen una pyme.

Reconocimientos

El reconocimiento es una fuente de estabilidad para los principios políticos que permite que estos sean eficientes, ocasionando que las leyes y las instituciones se vuelven razonables. Así las emociones ayudan a sostener e incluso a mejorarlas, empleando las ideas correspondientes de normas que puedan definirse como salario, que el empresario que paga al trabajador en prestación de sus servicios brinde un plan liderado en aumentar la satisfacción laboral. hacia el entorno que los rodea. (Londoño, 2017)

Bueno el reconocimiento se define prácticamente como incentivar el buen desempeño de sus actividades al empleado, para así crear estrategias de mejora, asimismo conseguir que todos tus trabajadores sigan la misma línea del reconocimiento como buenos elementos que son para la empresa, de tal manera los clientes se lleven la impresión de un buen servicio , gracias al compromiso y las ganas que tienen al trabajar cuando son reconocidos por sus jefes, implicando la rentabilidad que se aplique por los buenos resultados.

2. Dimensión

Innovación

Según Peiró (2019) hace mención que la innovación es muy importante en el ámbito empresarial, asimismo el innovar es mejorar nuevas opciones que implica las necesidades de los consumidores o incluso creando nuevos productos con el fin de tener logros favorables en el mercado dando un valor agregado de series y cambios en el criterio de innovar sobre crear nuevos productos para la mejora de la empresa. (p.15)

La innovación actualmente es un concepto mal practicado por qué va muy ligada a la mejora continua y busca mejorar las necesidades del cliente creando nuevos productos y servicios que interesen en un futuro muy cercano, pero de tal forma se menciona que se

emplea nuevas tecnologías y la innovación es una rama de gran valor que hay que usar para provocar reacciones positivas a nuestro consumidor. (Fernández, 2016)

La innovación en lo general se hace mención como se pronuncia innovar nuevas cosas, darle un valor agregado en mejorar las necesidades y deseos que pueda tener el cliente, además lo que recalca el autor es siempre mejorar consecutivamente en crecer cada día para que nuestra empresa tenga crecimientos y sea exitosa , del mismo modo tenemos que tener una visión a futuro en crear expectativas de cambio para tener una posición en el mercado y así generar ganancias para que nuestra propia empresa se vea beneficiada.

Indicadores

Ideas

Según menciona el autor Uriarte (2021) las ideas son un punto muy clave en el ser humano que reflexionan de acuerdo al intelecto y su capacidad de razonamiento. Además, el conocimiento ha demostrado ser una herramienta fundamental para el desarrollo científico y tecnológico que se considera un bien valioso, único, digno de prestar atención en asimilar los diferentes mundos organizados en proporcionar ideas novedosas. (p.5)

Una idea es un pensamiento que tiene una persona en poder hacer algo novedoso, una ilusión que tuvo y lo quiere cumplir, de tal forma son visiones que uno puede tener en plasmar un proyecto en mente como un negocio como por ejemplo según lo estudiado en pollerías, los emprendedores tienen una idea de hacer estrategias que puedan diferenciarse de la competencia para posicionarse en el mercado actual y así sobresalir de su propio negocio.

Métodos

El método se puede describir como la forma de una persona habituada de ejecutar una tarea, así también decimos en una forma más técnica que es una forma organizada y

sistemática en poder alcanzar un objetivo claro, de la tal forma se entiende como método habitual de hacer algo para una persona basada en experiencias y preferencias personales, de manera similar puede tratar por ejemplo es de hacer una acción Juanita se prepara todas las mañanas y está lista para ir a trabajar. (Westreicher, 2020)

Como se explica en el concepto método, quiere decir que son procesos sistemáticos basado en prácticas habituales de un ser humano de trazarse una meta establecida, basada en su vida personal y hecho profesionales, en tal sentido se propone a poner en práctica en tema de trabajo como por ejemplo se desarrolla una vacuna contra el Covid - 19, se procede hacer una cierta evaluación para llegar un resultado final al laboratorio. Por otra parte, una vez que la vacuna comienza a funcionar se procede a experimentar con un grupo de personas para ver efectos o dificultades que tenga la vacuna y no presente otras deficiencias más adelante.

Procedimientos

Según el autor Riquelme (2021) se refiere a un instrumento administrativo el cual da hincapié hacerse ciertos procesos en las distintas áreas dentro de una empresa, que consignen las acciones y operaciones que deben seguir en el funcionamiento de la empresa, asimismo identificar y seleccionar puntos específicos en el negocio, así plasmarse en un documento, teniendo en cuenta para contribuir con la información requerida por los empleados. (p.32)

Lo que significa tener en una empresa un manual de procedimientos a seguir como una descripción detallada de información asimismo son secuencias o guías escritas en cómo debemos seguir mejorando y plasmando los puntos débiles que hacen falta en la empresa, de la tal manera sirve como una información para los trabajadores, si ven puntos débiles

que dificulte el manejo continuo del negocio y así corregirlo a tiempo para un óptimo proceder.

V.2. ATENCIÓN AL CLIENTE

Según hace mención el autor Ariza (2020) que la atención al cliente es un conjunto de actuaciones mediante las cuales las empresas mantienen a sus clientes actuales y potenciales gestionando una compra de un producto cuyo fin es lograr un excelente nivel de satisfacción para lograr relaciones empresariales en cuanto la imagen comercial, para mantener un servicio de calidad, centrada en satisfacer las necesidades de un cliente. (p.106)

La atención al cliente es una herramienta de gran importancia para las organizaciones que la utilizan. Entonces el cliente debe ser el centro de la estrategia que pueda aplicarla en un adecuado marketing para que lleguen a fidelizar al cliente. Además, implica emplear métodos y técnicas necesarias para que puedan cumplir con el objetivo propuesto es por ello que se centra en el interés de distintos grupos que será una herramienta esencial para buscar la rentabilidad y reputación de la empresa. (López, 2020)

Según Arenal (2019) la empresa da a conocer la atención al cliente como una fuente de relación e interacción para buscar la satisfacción de estar en la expectativa de sus necesidades del consumidor, brindando asesoramiento adecuado para el uso correcto de un producto o servicio, brindando soluciones de calidad y mejoramiento para crecer como organización dando el valor agregado para diferenciarse de las demás empresas que quieran surgir con el cambio de mejora en un futuro establecido. (p.108)

Lo que se menciona según los autores que dan a conocer la importancia que tiene la atención al cliente en las empresas es fundamental que veamos por un servicio de calidad, que sepamos que hace falta para seguir mejorando en dar un punto de equilibrio ,buscando

la satisfacción de cada persona que adquiere nuestro servicio, empleando distintos métodos de mejora para crecer en cuanto a la diferenciación de todas las organizaciones que emplean como herramienta atención al cliente como punto clave en su negocio.

Importancia de atención al cliente

La importancia que tiene en la atención al cliente según el autor López (2019) manifiesta la interacción directa con el cliente, permitiendo dar prioridad a las inquietudes y necesidades que facilitan en cómo podemos mejorar los procesos de la forma de atender al público para así tener como cultura de nuestra visión que lo más valioso son los clientes y debemos hacer que el consumidor se vaya satisfecho de nuestro servicio brindado, de tal forma es saber escuchar al cliente y ofrecerles alternativas, ser empáticos , eficientes a la hora de ofrecer nuestro producto. (p.7)

Si bien es cierto lo que demuestra el autor sobre la importancia de la atención al cliente, son parámetros que debemos usar en cuantas herramientas que favorezcan en poder mejorar la atención con el cliente, además siempre como empleados de una empresa debemos ser carismáticos a la hora de atender y demostrar que nos apasiona el trabajo que tenemos y eso ponerlo en práctica cuando nos toque atender a nuestro público que asiste al local de nuestro negocio. De esa manera el cliente siempre debe ser el primero ante todo y buscar la satisfacción, ante todo.

Tipos de Atención al cliente

Se conocen ciertos tipos de atención al cliente que en los siguientes puntos a dar a conocer.

- ✓ Atención al cliente presencial: Se menciona una atención directa con el cliente, el cara a cara. Es muy común en negocios físicos como tiendas, clínicas médicas, etc.

Como, por ejemplo: es cuando la persona acude presencialmente en cuestión y de ahí le atienden ya sea sin esperar o a través de un número de espera.

✓ Atención a la cliente telefónica: Las principales maneras de atender a los usuarios es solucionar sus inquietudes, ayudarles en el proceso de entrega de un producto por el teléfono. Además, hoy en día todo el mundo tiene un celular con lo que podemos marcar de forma rápida cualquier pedido que hagamos y brindarnos mucha información.

✓ Atención al cliente vía email: Es una atención muy utilizada que las compañías usan de tal manera es un sistema que funciona muy bien y las respuestas suelen ser muy rápidas y accesibles.

✓ Atención al cliente virtual: Son unas de las atenciones más comunes en la comunidad ya que las webs abundan de hoy en día que facilitan el soporte de una forma rápida y cómoda. Esta comunicación corresponde un gran impacto tanto entre los usuarios y la empresa mostrando la efectividad. (p.10)

1. Dimensión

Servicio

Según lo que menciona el autor Matraeva (2020), la administración empresarial, es de suma importancia ante la sociedad con el fin de mostrar un servicio de calidad, con base a la eficiencia orientando al cliente con el ahorro de costos y maximización de resultados, que demuestra la sensación de calidad de servicio y así obteniendo la satisfacción de las personas para una mejor atención pero de tal manera no debemos entrar en el conformismo de no descuidarnos para medir la satisfacción de los clientes para dar un buen servicio y crecer cada día como empresa. (p.429)

El autor Yoon (2020) establece que la calidad de servicio se configura un estudio de excelencia que debe ser plasmada por todas las personas en la organización, además el

servicio de calidad debe de ser aplicada y compartida a todos los niveles y requerimientos de los clientes, de tal manera es preciso tener en cuenta las necesidades y las expectativas del cliente para el buen manejo en brindar un servicio de eficiencia y sobresalir hacia los demás. (p.430)

Según lo que nos habla el autor Gabino (2021) el servicio se define como garantizar la satisfacción del cliente en el buen trato y la amabilidad, demostrando buenas acciones , así como acostumbran entender las exigencias de la persona para que podamos adquirir una atención acorde para una buena conducción en la empresa, pero nosotros como empleadores debemos poner en práctica en mejorar cada día el servicio para no tener quejas con el cliente y seamos una empresa que se diferencie ante la competencia. (p.14)

El servicio es muy importante para todas las organizaciones porque ponen en práctica siempre dar un buen servicio y buscar la satisfacción del público, poniendo en práctica a todos los trabajadores, diagnosticar en que están fallando para mejorar y darle calidad a la atención al cliente. Asimismo, podemos concluir que hacer planes de como brindar una atención adecuada para el crecimiento de nuestro propio negocio y prevalezca de fondo la buena atención que damos hacia el público.

Indicador

Satisfacción

Según el autor Bustamante (2019) la satisfacción constituye en cierta manera que es el grado de cumplimiento de las expectativas de un cliente al recibir un producto o servicio así también en un negocio se manejan distintos factores como, por ejemplo: el servicio al cliente y el servicio de entrega eso hace que ciertos factores impulsen a la satisfacción del cliente en cuanto hay personas que prefieren la atención inmediata y otros priorizan la atención vía telefónica. (p.18)

Bueno las necesidades de una persona son muy importantes para poder satisfacer las expectativas básicas que el cliente desea adquirir, es por eso que día a día nosotros como empleados trabajamos para solventar lo que hace falta para cumplir con ciertos requerimientos que pide el cliente para emplear en nuestro servicio que brindamos con ciertos factores como por ejemplo el servicio rápido y la atención vía telefónica como focos importantes en nuestro negocio.

2. Dimensión

Satisfacción

La satisfacción se reconoce como ciertas categorías de cumplimientos llenando de expectativas al cliente tras recibir un servicio o producto. Eso implica que los siguientes procesos de cumplimientos se diferencian entre el valor agregado al cliente y llenar de expectativas y satisfacciones antes de recibir un producto de tal forma se puede generar referencias positivas de lo que se ofrece al cliente el servicio o producto que encamine beneficiario para el negocio. (Pozo, 2020)

Según Martínez (2016) menciona que la satisfacción es de manera sistemática para conocer todo el grado de gusto y preferencia sobre el cliente para que encamine estándares de crecimiento de calidad total y apliquen el mejoramiento continuo como lograr que nuestro público se sienta como en casa, de tal manera hacer que nuestro propio negocio se recomiende con clientes externos que no son tan fidelizados a nuestra empresa y la marca se posicione de tal forma se más reconocida en el entorno empresarial.

Podemos demostrar que la satisfacción como términos económicos mide cierto parámetros para llegar a la expectativa del cliente, tal vez el cliente tenga una interacción con el trabajador en cuanto a la búsqueda de un producto es ahí cuando el empleado tiene que ser proactivo para llegar al cliente en demostrarle que es importante y tenga confianza

en adquirir nuestros productos basados en una atención de calidad que se da con los empleados de nuestra empresa hacia todos los clientes potenciales que puedan visitar a nuestra organización. (Moréz, 2021)

La satisfacción en términos generales es muy importante de los tres párrafos que se menciona, de tal manera que el cliente en una organización es lo máspreciado que puede existir, demostrándole que resolvemos sus inquietudes y deseos que pueda tener al adquirir un producto o servicio, asimismo buscamos crecer como organización teniendo en cuenta los puntos claves que generen exitoso como por ejemplo: la buena atención, servicio de calidad y satisfacción, de ese modo son herramientas importantes para la rentabilidad de nuestro emprendimiento que es nuestra propia empresa.

Indicador

Sensación

Según el autor Sánchez (2021) da a conocer que la sensación se trasluce en el efecto e impresión de la persona que depende en el entorno psicológico que se define como la emoción o estímulo, obteniendo sensaciones en el procesamiento que se ejecuta en el cerebro primario de información obtenida a través de alguno de los cinco sentidos (vista, tacto, olfato, gusto y oído). Asimismo, el cerebro organiza ciertas sensaciones en las partes de nuestro cuerpo para interpretar ciertos estímulos que se trasforma en sensación. (p.9)

La sensación lo que menciona el autor es que existe ciertos parámetros que a la hora de interpretar un estímulo se convierte en una sensación. De tal manera podemos señalar que nosotros como seres humanos percibimos el estímulo como algo avanzado en nuestro cerebro de recibir sentidos propios como considerar una percepción que genera una cierta

percepción en cuanto al estado de una persona, así como citar un ejemplo en escuchar un ruido en tu casa puede ser interpretado como una amenaza y traer miedo en uno mismo.

3. Dimensión

Interacción

La interacción se determina como aquella acción que existe entre dos o más personas que es aplicada en la reciprocidad. Mientras tanto el concepto aplica a una cierta connotación que involucra objetos, asimismo influyen y modifican situaciones que las rodean, pero básicamente se usa como método de comunicación en acciones de diversas ciencias biológicas en cuanto a unos ejemplos de: la acción mutua a los seres vivos, la informática es la acción de computadora y la climatología es la interacción de ciclos en un mismo espacio. (Pérez, 2021)

Según Martínez (2016) da conocer que la interacción son habilidades pragmáticas que enmarcan habilidades para demostrar al cliente un plan estratégico, además damos un enfoque concebida de herramientas de interacción hacia el cliente a través establezcan relaciones con los demás así pueden calificarse como procesos sociales para beneficio propio de la organización, de cierto modo se debe planificar siempre interactuar con nuestro cliente de buena forma con ciertos parámetros de amabilidad para llegar el corazón del cliente.

Según Skvoretz (2016) menciona que plantea una serie de alternativas adoptando a un interés personal llevado a la motivación que atraviesa las funciones concretas, debido que la interacción es relacionaste de cara a cara con cliente, en tal manera las redes sociales son muy clasificadas para el desempeño propio y también profesional que nos ayude como leer libros para mejorar en la interacción con la persona, pero recalamos que vamos

de la mano con el cliente como una fuente organizativa para el mejoramiento próximo entre todas las mypes. (p.57)

La atención al cliente se dice que va de la mano con la interacción para el logro personal y profesional, asimismo ayudara en la atención al cliente en tener un buen servicio. Pero del mismo modo se planifica para tener un orden y una clasificación de como sobrellevar nuestro negocio para llegar al éxito establecido, de tal forma cultivamos a que el cliente se vaya satisfecho cumpliendo sus exigencias en atenderle bien, darle productos de calidad y servicios, que vaya de la mano con la empresa y la persona que quiera lograr satisfacciones cortas y futuras.

Indicador

Impresión

Según lo hace saber el autor Dudas (2017) que la primera impresión es muy importante que dejara saber cómo es la persona en realidad, incluso si se da una buena impresión querrán tener una relación directa contigo sin haberte presentado. Además, hay un punto clave es que hay casos que la impresión no se da a la primera, se necesita varios procesos hasta llegar al destino esperado. Por ese motivo somos muchas personas que nos preguntamos cual es el secreto para quedar bien con los demás. (p.150)

La impresión corresponde a una persona que especifica que dar una impresión directa a una persona cuesta demasiado tiempo en algunos casos porque a veces no tenemos el control de uno mismo en hacer un buen papel cuando tratamos alguien, pero hay momentos que con una primera impresión que damos es suficiente para llegar el objetivo propuesto, de tal manera nosotros como seremos humanos deberíamos poner en práctica nuestro aspectos positivos y negativos en hacer un buen papel a la hora de entablar una presentación con una persona y así poder dar una impresión adecuada

Las Micro y pequeñas empresas

Según el autor Mamani (2021) las Mypes se constituye como una institución económica por una persona natural o jurídica, que contempla sobre una organización o gestión empresarial en una legislación vigente, teniendo como objetivo desarrollar actividades como por ejemplo: la transformación, producción y comercialización de bienes o prestaciones de servicios, de cuales hace mención a características propias para tener presente la ley, con ciertos puntos específicos al régimen laboral que aplica en la microempresa. (p.80)

Las mypes en los emprendedores son muy importantes en el Perú por que plasman todo el conocimiento previo para contribuir en las herramientas que ayuden a la organización, de las cuales se basa en ciertos pautas sobre el régimen laboral para el desarrollo de ciertas actividades que ayuda al crecimiento laboral de cierto modo, buscan las mypes generar trabajo para el reforzamiento de aquellas personas que quieren sobresalir y formar su propio negocio para solventar su economía y puedan salir adelante.

Características en la nueva Ley Mype N° 30056

Las Mypes deben tener ciertas características que establecen en el Perú que Según Mamani (2021), señala que

- ✓ **Microempresa:** De 1 hasta 10 trabajadores se conoce que las ventas anuales hasta el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT)
- ✓ **Pequeña Empresa:** De 1 hasta 100 trabajadores se conoce que las ventas anuales hasta el monto máximo de 1700 unidades impositivas tributarias (UIT).
- ✓ **Mediana Empresa:** Ventas anuales superiores a 1700 UIT y hasta el monto máximo de 2300 UIT. (p.81)

Al respecto de las características sobre la nueva ley de las mypes se aplica una cierta medición de construir ciertas bases de datos importantes que permitan dar coherencia sobre el diseño y formalización del sector de las entidades públicas y privadas en el aumento del monto máximo de ventas anuales en cuanto al decreto supremo referenciado por el Ministro de Economía Finanzas y no será menor a los 2 años en la variación porcentual del PBI durante un periodo determinado.

Importancia de las Micro y Pequeñas Empresa

En tal sentido el autor Mares (2017) se basa en lo importante que los clientes toman alternativas para generar vínculos que considere que las pymes, se esmeran en ciertas características de como brindar el servicio y sobre todo busca preocuparse mucho la opinión del cliente que sea buena, de tal manera donde el cliente se sienta satisfecha en adquirir un producto que genere una respuesta cognitiva para dar la intención de una futura compra. (p.2)

Las futuras mypes su importancia que se puede caracterizar en dar valor para todos los emprendedores que incentivan en salir adelante formando su propio negocio, basándose netamente en el servicio al cliente buscando como tener clientes potenciales para demostrar las herramientas adecuadas para que el cliente retorne y compre los productos que ofrecemos, de tal manera nuestra empresa se recomiende solo cuando clientes que no son fidelizados adquieran nuestros productos y logremos la satisfacción de futuros consumidores.

MARCO CONCEPTUAL

MOTIVACIÓN LABORAL

Según lo mencionó Anyaco (2017) citó a Abraham Maslow y manifestó el propósito de dicha teoría de la motivación, la cual se basa en demostrar que las personas en el transcurso de su vida tratan de satisfacer cada una de sus necesidades. En su teoría se cuenta con una pirámide la cual se organiza de una manera jerárquica según la relevancia y dividiéndose de acuerdo a sus necesidades tanto superiores como inferiores. En lo que respecta las necesidades inferiores, se encuentran las de seguridad y las fisiológicas, las cuales suelen caracterizarse por ser las más comunes e importantes para los individuos. Después, con relación a las necesidades superiores, integradas por la autoestima, la sociabilidad y también la autorrealización, de manera que uno de estos requerimientos solo se logrará activar posteriormente cuando las necesidades inferiores hayan sido satisfechas.

ATENCION AL CLIENTE

Según lo precisó Zapatero (2016) la atención al cliente es el conjunto de actividades desarrolladas en las organizaciones con orientación al mercado, encaminadas a identificar las necesidades de los clientes en la compra para satisfacerlas, además logrando de esta manera cubrir sus expectativas y por tanto crear o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

MYPE

Según lo planteó el autor Gutiérrez (2019) La Micro y Pequeña Empresa es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como

objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

CLIENTE

Según lo que da a conocer el autor Martínez (2016) se mencionó que cliente es la obligación que conduce a la empresa de prestarle servicios y entregarle bienes para satisfacer sus necesidades, dentro de ciertos requisitos a partir de la comprensión y análisis de sus necesidades presentes de un futuro corto, además demuestra los esfuerzos necesarios para que sus expectativas se puedan satisfacer.

SERVICIO

Según lo mencionó el autor Martínez (2016) el servicio se centra en una vivencia integral para cliente en su relación con la empresa, los compañeros del equipo de trabajo y las diferentes unidades, de ese modo este acorde con sus necesidades, expectativas y preferencias al comportamiento del cliente para un mejor servicio de calidad.

II. HIPÓTESIS

Según Leavy (2017) hace mención que la investigación utilizó sus diseños para analizar con certeza las hipótesis que tiene como objetivo frecuente de una manera intencional una o más variables independientes (causas) para analizar las consecuencias de tal manipulación sobre una o más variables dependientes (efectos) formuladas en un contexto en particular para responder preguntas de investigación descriptivas (si es que no se tienen hipótesis).

En la presente investigación titulada *Propuesta de Mejora de Motivación laboral y Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021* no se planteó hipótesis por ser tipo descriptiva- de propuesta.

III. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de investigación

El diseño de la investigación fue no experimental – transversal – descriptivo – De propuesta.

Según Hancock (2017) se realizó sin maniobrar las variables intencionalmente. Los investigadores no sustituyen intencionalmente variables independientes. Los hechos se observan porque se muestran en texto real en determinados momentos. Por lo cual primero se utilizó el diseño de sección no experimental analizado y medido. (p.185)

- Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a las variables Motivación laboral y Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021, solamente se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Según manifestó Hernández (2017) indicó que un estudio es de diseño transversal porque se recopila datos rápidamente. El objetivo es describir las variables y analizar su ocurrencia y correlación en un momento dado (p.152)

- Fue transversal porque el estudio de investigación Motivación laboral y Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021, se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin, específicamente en el año 2021.

Según el autor Garza (2017) definió que la investigación descriptiva consiste en una caracterización de un hecho, de un fenómeno, de un individuo o grupo, con la finalidad de establecer su estructura. Donde los resultados de la investigación descriptiva se ubican en nivel intermedio (p.124)

Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de las variables Motivación laboral y Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Según mencionó Hernández (2017) precisó que la propuesta, proyecto o protocolo de investigación consiste en un documento que incluye un plan completo para realizar un estudio, en el cual se identifican y articulan las necesidades, estrategias y actividades para llevarlo a buen término: responder al planteamiento del problema.

- Fue de propuesta porque se elaboró una propuesta y un plan de mejora a los resultados encontrados en la investigación Motivación laboral y Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

4.2. Población y muestra

Población

Según Medina (2016) determinó estadísticamente, una población es un grupo de entidades limitadas o ilimitadas (personas, bienes, negocios, etc) que comparten características comunes. La población es un factor muy importante en el proceso de investigación y está determinada por el número de componentes. Dependiendo de un número relativo la población puede ser limitada o infinita más de 40.000.

Población 1: Para la variable Motivación laboral se utilizó una población de 53 trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Población 2: Para la variable de Atención al cliente se utilizó una población infinita de clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Muestra

Mientras Cano (2016) la muestra es un método no se basa en fórmulas mecánicas o posibles, depende del proceso de toma de decisiones del investigador o grupo de estudio, se aplicó diferentes criterios de investigación a la muestra seleccionada. La elección de las muestras que son poco probables dependerá del método de estudio, y las contribuciones proporcionadas. (p.213)

Muestra 1: Para la variable Motivación Laboral se utilizó una muestra de 53 trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Muestra 2: Para la variable Atención al cliente se utilizó una muestra probabilística de clientes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Para hallar la muestra se utilizó una fórmula de población desconocida para poder hallar la muestra 2.

n: Tamaño de la muestra

z: Nivel de confianza (95% $Z=1.96$)

p: Probabilidad de éxito $50= 0.5\%$

q: Probabilidad de fracaso $50= 0.5\%$

e : Error permitido $5\% = 0.05 \%$

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2} =$$

$$n = \frac{1.96^2 \times 0.5 \times 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.05^2} = 384.16$$

Criterios de Inclusión

Motivación Laboral

- a. Trabajadores administrativos
- b. Trabajadores

Criterios de exclusión

- a. Personal de limpieza
- b. Personal de seguridad
- c. Proveedores
- d. Dueño de la mype

Criterios de Inclusión

Atención al cliente

- a. Clientes

Criterios de exclusión

- a. Trabajadores
- b. Personal de seguridad
- c. Personal de limpieza
- d. Gerente de la mype

4.3. Definición y Operacionalización de la variable

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Motivación Laboral	La motivación laboral se puede entender como el resultado de la interrelación del individuo y el estímulo realizado por la organización con la finalidad de innovar el trabajo que impulsen e incentiven al empleado a lograr un objetivo. Peña (2018)	Incentivos	Los incentivos laborales son entendidos como todo beneficio recibido fuera de la paga o salario percibidos, es decir, los bonos por cumplimiento, premiaciones y reconocimientos, etc. Hernández (2016)	Cumplimiento	¿Considera usted que cumplen con el horario de trabajo establecido?	Likert
					¿Usted cree que la empresa cumple con el salario por el desempeño de sus actividades?	
					¿La empresa realiza capacitaciones para un buen desempeño laboral?	
				Premiaciones	¿La empresa entrega “premios” por su buen desempeño laboral?	
		Reconocimientos	¿Considera que recibe un reconocimiento a su buen desempeño?			
			¿Considera que la empresa reconoce mi esfuerzo y dedicación?			
		Innovar	Grado que los miembros perciben que existe receptividad para expresar e implementar nuevas ideas, métodos y procedimientos, en. Bordas (2016)	Ideas	¿La empresa respeta las ideas realizada por los colaboradores?	
					Métodos	
Procedimientos	¿Considera que la empresa cumple con las normas de procedimiento que pone en riesgo su seguridad en el trabajo?					
	¿La empresa cumple con el proceso de proteger el bienestar en la salud del trabajador?					

Variable	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Atención al cliente	La atención al cliente abarca a todos aquellos procesos que relacionen al cliente o consumidor de tal manera, se designa con este concepto al servicio o directamente con los clientes, donde se pueden dirigirse para ampliar información solicitar algún servicio técnico, poner sugerencias, reclamaciones, etc. Por lo tanto, la atención al cliente conlleva mejorar la satisfacción del cliente por lo cual la empresa debe contar con una mejor interacción con el cliente para así puedan mejorar las estrategias y superar las expectativas del público objetivo. Chamarro (2016).	Servicio	Es la acción o conjunto de actividades destinadas a satisfacer una determinada necesidad de los clientes. Sánchez (2016)	Satisfacer	¿Usted se siente satisfecho con la atención brindada por el trabajador? ¿Se encuentra satisfecho por el pago del producto o servicio brindado? ¿Usted está satisfecho con nuestros productos o servicios brindados? ¿La empresa satisface sus expectativas a la hora de consumir nuestro producto?	Likert
		Satisfacción	La satisfacción representa la sensación de placer que tienen las personas cuando han hecho realidad un deseo o han cubierto una necesidad. Pérez (2021)	Sensación	¿La empresa te genera una sensación de confianza para adquirir nuestros productos o servicios? ¿Usted tiene la sensación que la empresa brinda productos calidad? ¿Usted siente que la atención brindada cumple con su sensación de agrado como cliente?	
		Interacción	La interacción con el cliente es la comunicación directa entre el cliente y la empresa en los diferentes canales de atención. Cada una de estas interacciones es sumamente valiosa, pues representa una oportunidad única para dar una buena impresión y lograr la satisfacción del cliente. Mancuzzo (2020).	Impresión	¿Usted tiene la impresión que los empleados están siempre dispuestos a ayudar a los clientes? ¿Tiene la impresión que los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes? ¿Considera que los empleados de la empresa son siempre amables con los clientes?	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Según Park (2016) mencionó que la técnica de la encuesta es un método para el desarrollo de datos y es el más apropiado para la recopilación de datos que se necesita.

Se utilizó la técnica de la encuesta para el recojo de información, la cual estuvo direccionada a los trabajadores y clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Según Park (2016) se empleó mecanismos mediante los cuales los investigadores recopilan y registran información mediante a: formularios, cuestionarios, escalas de opinión y lista de verificación.

Se utilizó el instrumento del cuestionario online ([link](#)), elaborado con 20 preguntas, las 10 primeras estuvieron direccionadas a las características de Motivación laboral y las 10 últimas sobre la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. (Ver anexo 5).

4.5. Plan de análisis

Según Zeng (2017) el plan de análisis de datos es una hoja de ruta para organizar y analizar los datos de la encuesta. Este plan está diseñado para ayudarlo a lograr los objetivos que estableció antes de comenzar su encuesta.

Se elaboró los siguientes programas informáticos para el desarrollo de la investigación: Microsoft Excel para realizar las tablas y figuras estadísticas. Microsoft Word para la redacción del trabajo de investigación. También se utilizó el programa PDF para la presentación final de investigación. Del mismo modo se hizo uso el Microsoft Power Point para la elaboración de las diapositivas que se utilizaron en la ponencia y sustentación de la investigación. Además, se empleó el programa Túrntin para medir el porcentaje de similitud del trabajo de investigación con otros estudios.

4.6. Matriz de Consistencia

Título	Enunciado del problema	Objetivos	Variables	Metodología	Población y Muestra	Técnicas e Instrumentos	Plan de Análisis
Propuesta de Mejora en la motivación laboral y atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.	¿La mejora de motivación laboral y atención al cliente permite una adecuada administración en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, del distrito de Nuevo	<p>Objetivo General Determinar si la mejora en la motivación laboral y atención al cliente permite una adecuada administración en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.</p> <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Describir el proceso que existe para incentivar a los trabajadores en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. • Determinar la importancia de innovación en la motivación laboral de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, del distrito de Nuevo 	Variable 1: Motivación Laboral	La investigación fue de diseño: No experimental – transversal – descriptivo – de propuesta. Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a las variables solo se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.	<p>Población Para la variable motivación laboral se utilizó una población de 53 trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.</p> <p>Para la variable de atención al cliente se utilizó una población infinita de clientes en las micro y pequeñas empresas del sector</p>	<p>Técnica: Se utilizó la técnica de la encuesta, la cual estuvo direccionada a los trabajadores y clientes.</p> <p>Instrumento: Se elaboró el instrumento del cuestionario online elaborado con 20 preguntas, las 10 direccionadas a las</p>	Se utilizó los siguientes programas informáticos para el desarrollo de la investigación: - Microsoft Excel - Microsoft Word - PDF - Microsoft Power Point - Turnitin

Chimbote, 2021?	<p>del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Determinar las principales características del servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. • Determinar las principales características de satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. • Determinar las principales características de interacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. • Elaborar una propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. 	<p>Variable 2: Atención al cliente</p>	<p>Fue transversal porque se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin específicamente en el año 2021. Fue descriptivo porque solo describió las principales características de las variables motivación laboral y la atención al cliente. Fue de propuesta porque se elaboró un plan de mejora a los resultados encontrados en la investigación.</p>	<p>servicio rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.</p> <p>Muestra Para la variable motivación laboral se utilizó una muestra de 53 trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021. Par la variable atención al cliente se utilizó una muestra probabilística de 384 clientes en las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.</p>	<p>características de motivación laboral y las 10 últimas sobre las características de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del servicio rubro pollerías, del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.</p>	
-----------------	--	---	---	--	---	--

4.7. Principios éticos

Protección de la persona

Se utilizó este principio porque se protegió a las personas que colaboraron en la investigación, para ello será presentado un informe al dueño de la empresa sobre la investigación que trabajó con sus colaboradores, ya que se realizó solamente las preguntas y las informaciones obtenidas serán exclusivamente con fines de estudio y no será revelado ningún dato si la autorización del trabajador de la empresa ya que ellos no facultaron para dicha respuesta.

Cuidado de medio ambiente y biodiversidad

Como aportar al cuidado del medio ambiente, se usó papel bond donde se aplicó el cuestionario de preguntas y luego pasó a ser un papel reciclado para poder reusarlo y así minimizar la contaminación del medio ambiente, también se contribuyó con el ahorro de la energía después de haber cargado la laptop, pasó a ser desconectado y no se utilizó enchufado por varias horas para el trabajo de investigación que se está realizando.

Libre participación y derecho a estar informados

Se aplicó el cuestionario, a los colaboradores de la empresa ya que su participación es por decisión propia, se le ara un comunicado al dueño de la empresa para que puedan estar informados de lo que se está investigando para que no haya malos entendidos.

Beneficencia y no maleficencia

Se le comunicó al micro y pequeño empresario que la información brindada no causó ningún daño a la empresa, respetando cada momento el bienestar de la Mype

se asumió con conducta imprescindible, con respeto ya que el resultado de la investigación será de beneficio para la empresa.

Justicia

De la misma manera se trabajó con este principio porque se tomó las precauciones necesarias para evitar problemas o prácticas injustas que más adelante puedan afectar el desarrollo de la investigación, asimismo este principio otorgó a los participantes el derecho a conocer y acceder a los resultados obtenidos en el siguiente estudio. Se trató a todos equitativamente sin excluir a nadie del grupo, se escuchó sus ideas sin contradecirlos ni criticarlos, también se respetó sus comentarios que tengan acerca de la investigación y finalmente sus decisiones que ellos conscientemente tomaron, asimismo se utilizó de forma correcta este principio que permitió formarnos como buenos profesionales, con excelentes valores y principios en cualquier ámbito laboral, respetando a todos por igual a pesar de sus condiciones que presenten.

Integridad científica

Porque no se manipuló los datos de manera indebida como la modificación o falsificación de lo obtenido, tampoco se falsificó. Este principio ético permite como futuros profesionales y ciudadanos ser honestos y firmes con nuestras acciones, y también se actuó de manera correcta en el desarrollo de la investigación, teniendo buena conducta, responsabilidad, disciplina, empatía y respeto hacia los participantes.

IV. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características para incentivar a los trabajadores en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Características para incentivar a los trabajadores	N	%
Considera usted que cumplen con el horario de trabajo establecido		
Nunca	0	00.00
Muy pocas veces	6	11.30
Algunas veces	23	43.40
Casi siempre	19	35.80
Siempre	5	9.50
Total	53	100.00
Usted cree que la empresa cumple con el salario por el desempeño de sus actividades		
Nunca	1	1.80
Muy pocas veces	11	20.80
Algunas veces	22	41.50
Casi siempre	16	30.20
Siempre	3	5.70
Total	53	100.00
La empresa realiza capacitaciones para un buen desempeño laboral		
Nunca	0	00.00
Muy pocas veces	15	28.30
Algunas veces	22	41.50
Casi siempre	14	26.40
Siempre	2	3.80
Total	53	100.00
La empresa entrega “premios” por su buen desempeño laboral		
Nunca	3	5.60
Muy pocas veces	18	34.00
Algunas veces	17	32.10
Casi siempre	13	24.50
Siempre	2	3.80
Total	53	100.00

Continua...

Tabla 1

Características para incentivar a los trabajadores en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Concluye...		
Características para incentivar a los trabajadores	N	%
Considera que recibe un reconocimiento a su buen desempeño		
Nunca	0	00.00
Muy pocas veces	13	24.50
Algunas veces	27	51.00
Casi siempre	12	22.70
Siempre	1	1.80
Total	53	100.00
Considera que la empresa reconoce mi esfuerzo y dedicación		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	20	37.70
Algunas veces	18	34.00
Casi siempre	13	24.50
Siempre	2	3.80
Total	53	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Tabla 2

Características de innovación en la motivación laboral de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Características de innovación en la motivación laboral	N	%
La empresa respeta las ideas realizada por los colaboradores		
Nunca	0	00.00
Muy pocas veces	12	22.60
Algunas veces	26	49.10
Casi siempre	13	24.50
Siempre	2	3.80
Total	53	100.00
Su jefe propone a los colaboradores métodos de trabajo		

Nunca	0	00.00
Muy pocas veces	17	32.10
Algunas veces	19	35.80
Casi siempre	14	26.40
Siempre	3	5.70
Total	53	100.00

Tabla 2

Características de innovación en la motivación laboral de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Concluye...

Características de innovación en la motivación laboral		
	N	%
La empresa cumple con las normas de procedimiento que pone en riesgo su seguridad en el trabajo.		
Nunca	0	00.00
Muy pocas veces	11	20.80
Algunas veces	21	39.60
Casi siempre	19	35.80
Siempre	2	3.80
Total	53	100.00
La empresa cumple con el proceso de proteger el bienestar en la salud del trabajador		
Nunca	0	00.00
Muy pocas veces	13	24.50
Algunas veces	24	45.30
Casi siempre	13	24.50
Siempre	3	5.70
Total	53	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los trabajadores en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Tabla 3
Características del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Características del servicio al cliente		
Usted se siente satisfecho con la atención brindada por el trabajador	N	%
Nunca	2	0.50
Muy pocas veces	174	45.30
Algunas veces	63	16.50
Casi siempre	98	25.50
Siempre	47	12.20
Total	384	100.00
Se encuentra satisfecho por el pago del producto o servicio brindado		
Nunca	2	0.50
Muy pocas veces	101	26.30
Algunas veces	160	41.70
Casi siempre	77	20.00
Siempre	44	11.50
Total	384	100.00
Usted está satisfecho con nuestros productos o servicios brindados		
Nunca	1	0.20
Muy pocas veces	50	13.00
Algunas veces	79	20.60
Casi siempre	215	56.00
Siempre	39	10.20
Total	384	100.00
La empresa satisface sus expectativas a la hora de consumir nuestro producto		
Nunca	1	0.20
Muy pocas veces	94	24.50
Algunas veces	180	46.90
Casi siempre	80	20.80
Siempre	29	7.60
Total	384	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Tabla 4

Características de la satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Características de la satisfacción al cliente		
La empresa te genera una sensación de confianza, para nuestros productos o servicios	N	%
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	48	12.50
Algunas veces	65	16.90
Casi siempre	227	59.10
Siempre	44	11.50
Total	384	100.00
Tiene la sensación que la empresa brinda productos de calidad		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	29	7.60
Algunas veces	59	15.40
Casi siempre	248	64.50
Siempre	48	12.50
Total	384	100.00
Siente que la atención brindada cumple con su sensación de agrado		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	210	54.70
Algunas veces	73	19.00
Casi siempre	68	17.70
Siempre	33	8.60
Total	384	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Tabla 5

Características de la interacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Características de la interacción al cliente		
Usted tiene la impresión que los empleados están siempre dispuestos a ayudarlo	N	%
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	210	54.70
Algunas veces	87	22.70
Casi siempre	56	14.60
Siempre	31	8.00
Total	384	100.00
Tiene la impresión que los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido		
Nunca	3	0.80
Muy pocas veces	218	56.80
Algunas veces	84	21.90
Casi siempre	47	12.20
Siempre	32	8.30
Total	384	100.00
Considera que los empleados de la empresa son siempre amables		
Nunca	1	0.20
Muy pocas veces	214	55.90
Algunas veces	88	23.00
Casi siempre	32	8.40
Siempre	49	12.50
Total	384	100.00

Nota: Datos obtenidos del cuestionario aplicado a los clientes en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Tabla 6

Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Problemas encontrados	Causa	Consecuencia	Acciones de mejora	Plan de mejora	Responsable
La empresa no entrega “premios por su buen desempeño laboral a sus trabajadores.	Tienen poca iniciativa en dar premios por su buen desempeño a los trabajadores.	<ul style="list-style-type: none"> - No se cumplen los objetivos y por lo tanto se produce una pérdida de ingresos - Baja productividad - La inestabilidad entre el personal, lo que provoca un ambiente pesado. 	<ul style="list-style-type: none"> -Elaborar acciones de premios, bonificaciones y palabras de felicitación, festejo por cumpleaños, días libres, diplomas, medallas de buen desempeño, etc. -Impulsar reconocimientos como pago por merito o medalla al mérito según a sus actividades. - Fomentar los horarios de trabajo flexibles a los mejores trabajadores. 	<ul style="list-style-type: none"> - Organizar competencias internas que ayude a liberar el estrés y el cansancio - Mejorar la participación en fomentar como ofrecer recompensas a los mejores trabajadores. 	Representante
La empresa no reconoce mi esfuerzo y dedicación.	Falta de importancia de no reconocer los esfuerzos y dedicación de los trabajadores.	<ul style="list-style-type: none"> - Genera desmotivación en las actividades a realizar en la empresa. - Mayores conflictos entre trabajadores y superiores. - Falta de compromiso por la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Motivar a los trabajadores, reconociendo sus logros alcanzados, dándoles libres o un bono extra, etc. - Elaborar reuniones de confraternidad para mejorar la relación entre todo el equipo de trabajo. - Incentivar al personal, en darles oportunidades de crecimiento para su logro profesional. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar los ascensos a los trabajadores destacados en la empresa y brindarles oportunidad de crecimiento para su carrera profesional. - Contar con la opinión de nuestros colaboradores a la hora de planificar y desarrollar ideas de mejora para la empresa. 	Representante

<p>No se sienten satisfechos con la atención brindada por el trabajador.</p>	<p>Los trabajadores no toman importancia en la atención brindada por los clientes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - No saber escuchar y carecer de empatía. - Reduce ganancias - Perder clientes fidelizados - Mala atención por parte del personal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Utilizar tecnologías que ayuden a mejorar la atención al cliente como, por ejemplo: como un chat online, uso de redes sociales, como Facebook para conocer el negocio y estar al tanto de novedades que ofrece la empresa. - Establecer procesos rápidos y amigables de atención al cliente, como, por ejemplo: atención telefónica, añadir el wifi y el cargador múltiple para tener satisfechos a nuestros clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar la motivación con todo el equipo de trabajo para lograr los objetivos propuestos de la empresa. - Brindar facilidades en las horas de tramite a los que brindan una buena atención. - Establecer una formación adecuada al personal para que emplee bien su función. 	<p>Representante</p>
<p>Los empleados no ofrecen un servicio rápido.</p>	<p>Los trabajadores no se sienten motivados al emplear un servicio rápido.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Agotamiento de los empleados. - Insatisfacción del cliente por desconocer el estatus del pedido. - Insatisfacción del cliente por entregas tardías. - Insatisfacción del cliente por recibir el pedido incorrecto o en malas condiciones. 	<ul style="list-style-type: none"> - Emplear soluciones de tecnología como: chatbots y el autoservicio es fundamental para mejorar la calidad del servicio ofrecido y también reducir el tiempo de espera. - Implementar el servicio delivery para brindar el servicio de delivery rápido y llegar a mas destinos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejorar la satisfacción del cliente en cumplir sus necesidades, adquiriendo mas personal para atender las altas demandas de los clientes. - Brindar recompensas cada cierto tiempo para tus clientes fidelizados, que hacen sus compras con frecuencia. - Brindar premios a los empleados que tengan mas atenciones durante el mes, eso implicaría que los empleados se esfuercen. 	<p>Representante</p>

PLAN DE MEJORA PARA LAS EMPRESAS DE POLLERÍAS DEL DISTRITO DE NUEVO CHIMBOTE

1. Datos generales

- **Nombre o razón social:** Empresas de Pollerías en Nuevo Chimbote
- **Giro de la empresa:** Pollería
- **Dirección:** Nuevo Chimbote- Perú
- **Nombre del representante:** Dueños de las Pollerías
- **Historia:**

HISTORIA DE LAS MYPE En Chimbote las Mype en el rubro pollerías surgieron como necesidad a la tendencia de la gastronomía. En el Perú este plato era muy popular de tal manera la demanda era fuerte los dueños de estas empresas lo vieron como una oportunidad para poder crear esta Mype y como consecuencia tuvieron que empaparse en el estudio de las diferentes estrategias para promocionar el producto además de la preparación de este plato.

2. Misión

Brindar al público un servicio de calidad, ofreciendo un buen producto y también dando una excelente atención en un local acorde con las expectativas de nuestros clientes; moderno y acogedor

3. Visión:

Ser reconocidos como la mejor pollería de la región por nuestros estándares de calidad, la óptima atención y satisfacción de las necesidades de nuestros clientes, contando con colaboradores plenamente identificados con la empresa.

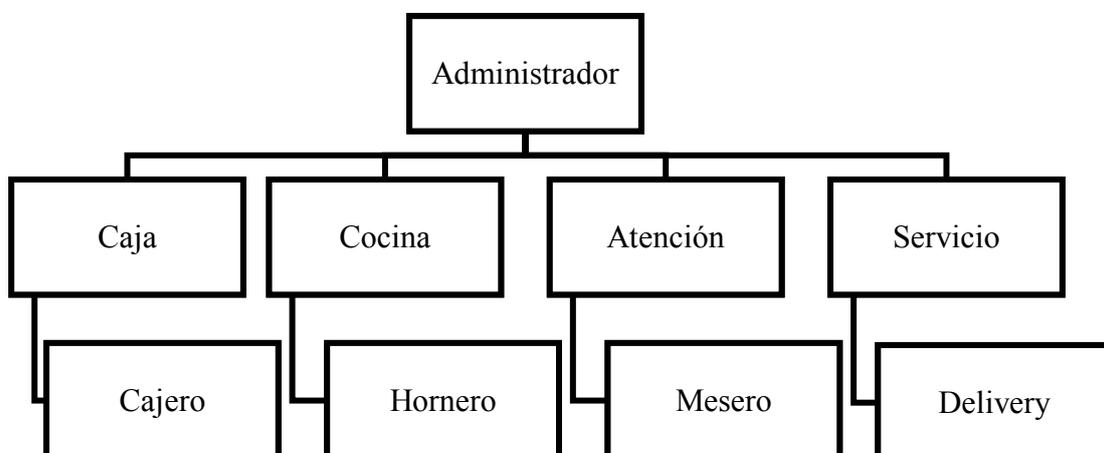
4. Objetivos

- **Compromiso:** Trabajamos en equipo, para lograr alcanzar nuestras metas y objetivos organizacionales.
- **Honestidad:** Trabajamos con honestidad, cumpliendo lo que prometemos en las fechas y tiempos establecidos con nuestros clientes.
- **Cumplimiento:** Entregamos nuestros proyectos en la fecha pactada con los clientes.
- **Calidad:** Realizamos nuestro trabajo con productos de calidad, además de ello asesoramos a nuestros clientes a través del servicio de posventa.

5. Productos y o servicios

Las pollerías de Nuevo Chimbote se encargan de ofrecer productos de platos de buena presentación elaborados a base de pollo, con precios accesibles para todo público en general.

6. Organigrama



6.1. Descripción de Funciones

Administrador	
Cargo	Administrador
Perfil	<ul style="list-style-type: none">- Licenciado en administración o carreras afines.- Experiencia mínima de 3 años.- Habilitación profesional.- Tener capacitaciones actualizadas.- Analizar resultados y rentabilidad.- Experiencia en el manejo de elaborar planes, presupuestos y sistemas de control
Funciones	<ul style="list-style-type: none">- Planificar y supervisar las operaciones de la empresa.- Verificar y llevar a cabo el cierre de venta diaria.- Reuniones mensuales con los trabajadores.- Encargarse de la planilla de los trabajadores.- Evaluar el desempeño del personal.- Evaluar la capacitación en los trabajadores.- Diseñar estrategias, metas y objetivos organizacionales.

Cajero	
Cargo	Cajero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Conocimiento en caja - Recepcionar, entregar y custodiar dinero. - Experiencia mínima de 2 años en el cargo. - Técnico en administración. - Conocimientos de máquinas registradora, sumadora, y calculadora. - conteo y cambio de dinero con exactitud y rapidez.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Recibir y entrega dinero en efectivo - Registra directamente los movimientos de entra y salida de dinero - Realiza arqueo de caja - Realiza cualquier otra tarea a fin que le sea asignada. - Mantiene en orden su área y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
Cargo	Hornero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Experiencia de 3 años en puestos similares. - Conocimientos en parrilla. - Capacidad para trabajar bajo presión. - Trabajo en equipo. - Resolución de problemas.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Encendido y manejo máquinas (horno, freidora) - Ingresar los pollos al horno para su cocción de acuerdo a procedimientos establecidos por el local. - Entrega de los pedidos en el tiempo establecido. - Limpieza del área.
Cargo	Mesero / atención al cliente
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Tener vocación de servicio - Tener capacidad de establecer relaciones con clientes, a los fines de brindar una atmósfera familiar. - Mantenerse calmado durante a situaciones adversas y manejar la situación de manera educada. - Ser entusiasta, amigable y asertivo.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Proporcionar un excelente servicio al cliente y a todos los que visitan a la pollería. - Tomar los pedidos exactos de la comida, bebida y comunicar los detalles del pedido al personal de cocina según sea necesario. - Realizar el cobro de las cuentas (efectivo y tarjeta) - Conocer la carta y promociones al detalle.
Cargo	Delivery

Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Tenga licencia para conducir, se necesita que los repartos se hagan en moto - Que tengan conocimiento de la zona y buena orientación para que los repartos sean fluidos - Buena atención al cliente cuando se realiza la entrega.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Organizar su ruta y utilizar el transporte adecuado para que todos los repartos se efectúen con el mínimo retraso posible. - Entregar el pedido con amabilidad y buen trato al cliente. - Realizar el registro de la transacción indicando domicilio, hora, nombre de quien lo ha recogido, etc.

7. Diagnostico General

MATRIZ FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<ul style="list-style-type: none"> - Precio adecuado para el público en general - Ser una empresa formal - Contar con local propio - Ofertas y promociones - Ambiente acogedor - Posicionamiento en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Demora en la atención - Poca posibilidad de innovación, en crear métodos de trabajo - Poca capacitación para el personal. - Falta de servicio con el cliente, ser más atentos y cordiales en la hora de atender - No se hace uso de medios digitales.
	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ul style="list-style-type: none"> - Fidelización de clientes. - Posicionamiento de la marca - Gran porcentaje de consumidores - Mayor nivel de consumo de los sectores C y D. - La calidad de los platos frente a los competidores. - Ofrecer un sistema de delivery eficaz 	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia con otras pollerías - Variación de precios en los productos que se ofrece. - Amenaza de productos sustitutos, alimentos light y/o comida casera a precios relativamente bajos. - Carencias de nuevas tecnologías. - Publicidad de ofertas de pollos a la brasa por los competidores.

8. Indicadores de una buena gestión

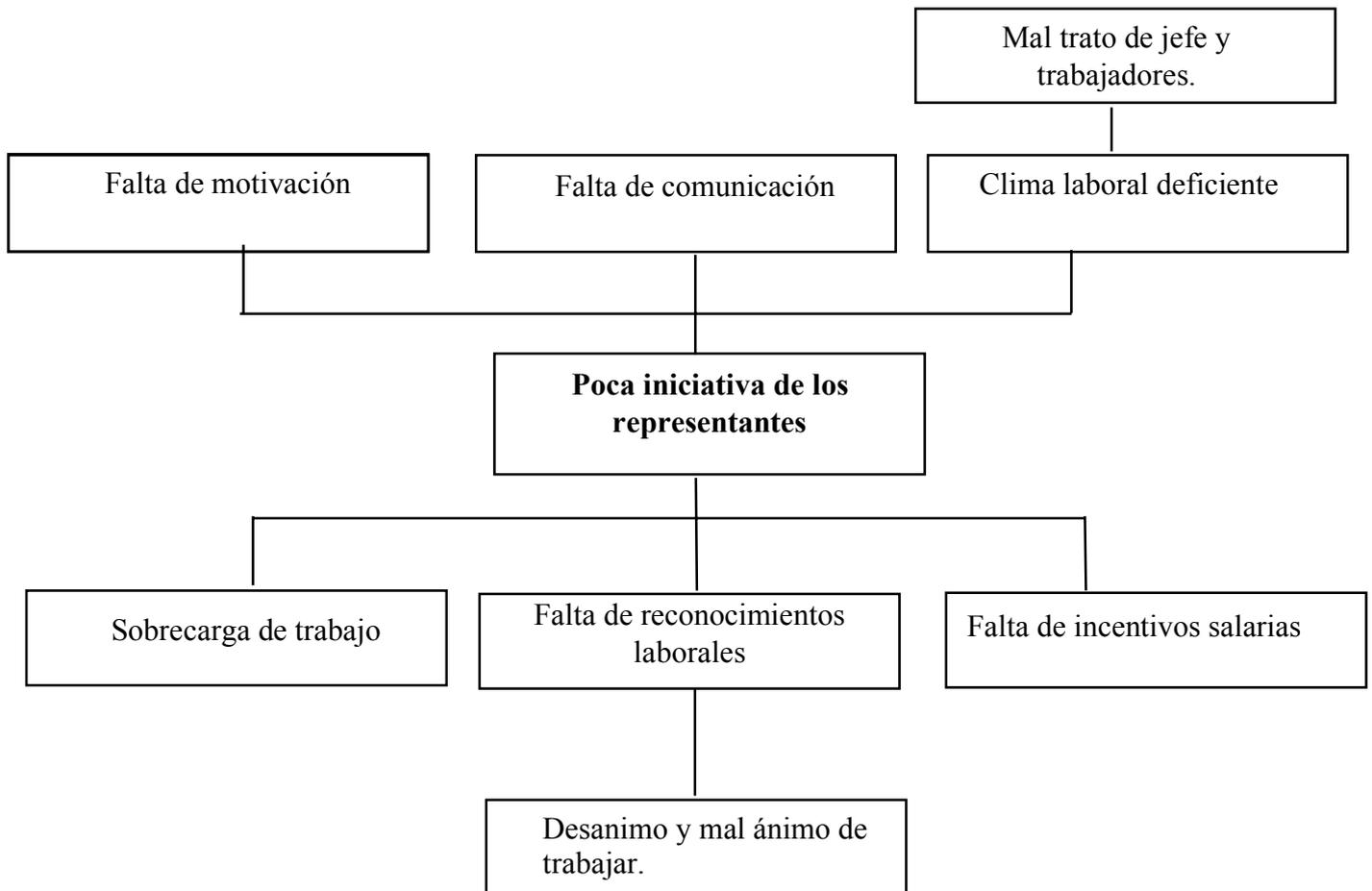
Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de las mypes
La empresa entrega “premios” por su buen desempeño	Poca iniciativa en dar reconocimientos por parte de los representantes de la empresa
La empresa reconoce mi esfuerzo y de dedicación	Falta de importancia de los representantes de las micro y pequeñas empresas de no reconocer el esfuerzo que hace el trabajador en hacer actividades diarias.
Usted se siente satisfecho con la atención brindada por el trabajador	Falta de motivación de los trabajadores de parte de los representantes de las micro y pequeñas empresas.
Tiene la impresión que los empleados de las empresas ofrecen un servicio rápido.	La mayoría de los empleados no ofrecen un servicio rápido a los clientes de las distintas pollerías encuestadas.

9. Problemas

Indicadores	Problemas	Surgimiento del problema
La empresa entrega “premios” por su buen desempeño laboral	La empresa no entrega “premios” por su buen desempeño a sus trabajadores	- Esto se da por la falta de premiaciones personales de parte de los representantes de las mypes, además también se debe por el mal clima laboral y escasa comunicación con los trabajadores hacia los jefes inmediatos, implicando la falta de productividad que puede generar la empresa por no tener a sus trabajadores contentos.
La empresa reconoce mi esfuerzo y dedicación.	La empresa no reconoce mi esfuerzo y dedicación por parte de los representantes.	- Se debe por la falta de reconocimientos personales de los representantes de las mypes investigadas, asimismo algunos consideran dejar pasar por alto los reconocimientos de su personal y se centran en obtener las ganancias priorizando sus beneficios de la empresa, pero no debería ser así es importante velar por tu personal para que ellos se sientan valorados.
Usted se siente satisfecho con la atención brindada por el trabajador.	No están satisfechos con la atención brindada por el trabajador con todos los clientes que van a consumir los productos ofrecidos.	- La mayoría de las personas que pertenecen en una pollería no recibieron la motivación correspondiente de sus jefes inmediatos, antes de crear sus empresas la mayoría de los representantes les preocupa en obtener ganancias priorizando lo económico a corto plazo dejando de lado la motivación en sus trabajadores, influyendo en la pésima atención al cliente y no llegando a la expectativa del cliente en lograr su satisfacción.

<p>Tiene la impresión que los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido.</p>	<p>Los empleados no ofrecen un servicio rápido a los clientes.</p>	<p>- Las empresas no toman conciencia que a veces los clientes son muy importantes para el crecimiento de la empresa, es decir cuando el cliente hace un pedido por un producto es importante su tiempo de espera y los trabajadores que conforman esa empresa no toman el tiempo oportuno para atender al cliente, dejando de lado, haciéndoles esperar y generando la molestia del cliente, dando como consecuencia visitar otro lugar que logren satisfacer sus necesidades y puedan atenderles de manera rápida y segura.</p>
---	--	---

10. Causas



11. Establecer soluciones

11.1. Establecer acciones de mejora

Problemas encontrados - Resultados	Surgimiento del Problema	Acción de mejora
La empresa no entrega “premios” por su buen desempeño laboral	La falta de premiaciones personales, por el mal clima laboral y escasa comunicación con los trabajadores hacia los jefes inmediatos.	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar acciones de premios, bonificaciones y palabras de felicitación, festejo por cumpleaños, días libres, diplomas, medallas de buen desempeño. - Impulsar la motivación a los empleados para que aumenten sus resultados laborales
La empresa no reconoce mi esfuerzo y dedicación.	No han recibido reconocimientos personales en los últimos años por la falta de interés por los representantes de una mype.	<ul style="list-style-type: none"> - Motivar a los trabajadores reconociendo sus logros alcanzados, dándoles libres o un bono extra. - Elaborar reuniones de confraternidad para mejorar el vínculo laboral.
No se sienten satisfechos con la atención brindada por el trabajador.	La mayoría de las personas que pertenecen en una pollería no recibieron una motivación correspondiente de sus jefes inmediatos, implicando en una mala atención brindada al cliente asimismo no logrando una satisfacción idónea al cliente.	<ul style="list-style-type: none"> - Fomentar la fidelización de los clientes en brindarles promociones constantes a los clientes que consuman pollos a la brasa frecuentemente. - Establecer una formación adecuada para que emplee bien su función. - Establecer procesos rápidos y amigables de atención al cliente.

<p>Los empleados no ofrecen un servicio rápido.</p>	<p>Las empresas no toman conciencia que a veces los clientes son muy importantes para el crecimiento de la empresa, es decir cuando el cliente hace un pedido por un producto es importante su tiempo de espera y los trabajadores que conforman esa empresa no toman el tiempo oportuno para satisfacer sus necesidades y atenderles de manera oportuna.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Emplear soluciones de herramientas como, por ejemplo: chatbots y el autoservicio que son fundamentales para mejorar la calidad del servicio ofrecido y también reducir el tiempo de espera. - Brindar recompensas cada cierto tiempo para tus clientes fidelizados, que hacen sus compras con frecuencia. - Brindar premios a los empleados que tengan mas atenciones durante el mes, eso implicaría que los empleados se esfuerzen
---	---	---

12. Recursos para la implantación de las estrategias

N°	Estrategias	Recursos Humanos	Recursos Económicos	Recursos Tecnológicos	Tiempo
1	<ul style="list-style-type: none"> - Motivación. - Clima laboral adecuado. - Posibilidad de ascensos. - Comunicación adecuada. <p>Incentivos económicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bonos. - Comisiones <p>Incentivos no económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Flexibilidad en los horarios - Permisos laborales - Reconocimientos laborales - Buena comunicación - Habilitar espacios de ocio para los realizar dinámicas grupales, recreación y descanso en los tiempos libres. 	Representante y administrador	s/. 3,000.00	<ul style="list-style-type: none"> - Internet - Computadora - Impresora 	4 meses

2	<p>Las acciones de mejora serian utilizar otras herramientas para medir la satisfacción laboral como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Portal del empleado: El portal del empleado es un espacio privado para cada trabajador que le permite gestionar de manera autónoma una serie de datos profesionales y personales como, por ejemplo: como incentivos económicos, no económicos, ascensos, días libres, vacaciones, horas de trámite, día de su cumpleaños, bono extra, etc. - Uso de redes sociales: Son una gran herramienta para expresar felicitaciones y reconocimientos a los empleados. Como por ejemplo se usó la red social como Facebook y el Workplace como medio más comercial para emplear reconocimientos y noticias para los trabajadores que brinda la empresa. 	Representantes	S/. 2, 500.00	<ul style="list-style-type: none"> - Computadora - Internet 	2 semanas
---	--	----------------	---------------	---	-----------

3	<p>Los trabajadores de las micro y pequeñas pueden emplear una mejor atención al cliente empleando las siguientes estrategias.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para personalizar los procesos de compra va de la mano con abrir nuevos canales de comunicación con los clientes de las cuales son: - Chat online - Redes sociales, como Facebook, es una especie de medición de tus respuestas y les indica a los usuarios cuanto puede tardar en responder al cliente sus dudas o inquietudes que tengan en adquirir un producto. 	Representantes	S/. 2, 000.00	<ul style="list-style-type: none"> - Computadora - Internet 	2 semanas
4	<p>Se debe utilizar las siguientes herramientas para emplear un servicio rápido como, por ejemplo:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emplear soluciones de automatización como, por ejemplo: chatbots y el autoservicio es fundamental para mejorar la calidad del servicio ofrecido y también reducir el tiempo de espera. 	Representantes	S/. 1, 500.00	<ul style="list-style-type: none"> - Computadora - Internet 	2 semanas

Cronograma de actividades

N°	Estrategias	Inicio	Término	Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<ul style="list-style-type: none"> - Motivación. - Clima laboral adecuado. - Posibilidad de ascensos. - Comunicación adecuada. <p>Incentivos económicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bonos. - Comisiones <p>Incentivos no económicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Flexibilidad en los horarios - Permisos laborales - Reconocimientos laborales - Buena comunicación - Habilitar espacios de ocio para los realizar dinámicas grupales, recreación y descanso en los tiempos libres 	28/11/2021	07/01/2022	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

2	<p>Las acciones de mejora serian utilizar otras herramientas para medir la satisfacción laboral como:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Portal del empleado: El portal del empleado es un espacio privado para cada trabajador que le permite gestionar de manera autónoma una serie de datos profesionales y personales como, por ejemplo: como incentivos económicos, no económicos, ascensos, días libres, vacaciones, horas de trámite, día de su cumpleaños, bono extra, etc. - Uso de redes sociales: Son una gran herramienta para expresar felicitaciones y reconocimientos a los empleados. Como por ejemplo se usó la red social como Facebook y el Workplace como medio más comercial para emplear reconocimientos para los trabajadores y noticias que brinda la empresa para la mejora del personal. 	01/12/2021	01/01/2022						X			X				
---	--	------------	------------	--	--	--	--	--	---	--	--	---	--	--	--	--

3	<p>Los trabajadores de las micro y pequeñas pueden emplear una mejor atención al cliente empleando las siguientes estrategias:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para personalizar los procesos de compra va de la mano con abrir nuevos canales de comunicación con los clientes como, por ejemplo: - Chat online - Redes sociales como Facebook, es una especie de medición de tus respuestas y les indica a los usuarios cuanto puede tardar en responder al cliente sus dudas o inquietudes que tengan en adquirir un producto. 	01/12/2021	01/01/2022					X				X					
4	<p>Se debe utilizar las siguientes herramientas para emplear un servicio rápido.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Emplear soluciones de automatización como, por ejemplo: chatbots y el autoservicio es fundamental para mejorar la calidad del servicio ofrecido y también reducir el tiempo de espera. 	01/12/2021	01/01/2022					X				X					

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1: Características para incentivar a los trabajadores en la micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Cumplen con el horario establecido: El 43,4 % de los trabajadores algunas veces cumplen con el horario establecido y el 35,8 % casi siempre cumplen con horario establecido, mientras que el 11,3 % muy pocas veces cumplen con el horario establecido y el 9,5% siempre cumplen con el horario (Tabla 1). Esto demuestra que la minoría de trabajadores algunas veces cumplen con el horario establecido que brinda la empresa, por tales motivos que los representantes de las mypes se ven con la necesidad de cambiar los horarios por diversos factores como, por ejemplo: días festivos, feriados, o carga laboral, etc. De esa manera se emplea que los trabajadores trabajen más horas de lo normal para cubrir ciertas necesidades que se requiere por la empresa, pero como se sabe que son por temas puntuales que se requiere al personal que trabaje más de sus horas, como también se respeta las horas de trabajo cuando no se presentan ocasiones especiales que necesite la empresa.

La empresa cumple con el salario por su desempeño de sus actividades: El 41,5% menciona que algunas veces las empresas cumplen con el salario por su desempeño (Tabla 1). Estos resultados se asemejan con lo encontrado en el trabajo de investigación Prescott (2019) quien manifestó que el 48,5% algunas veces cumplen con el salario por su desempeño. De esa manera contrastan con la investigación de Martínez (2017) quien menciona que el 40 % muy pocas veces no cumplen adecuadamente con el salario por su desempeño, del mismo modo contrastan con los resultados hallados por Alfaro (2016) quien determina que el 44 % muy pocas veces los trabajadores no están conformes con su salario. Esto demuestra que la minoría de las empresas algunas veces cumplen con el

salario de sus trabajadores según a su desempeño, según el resultado en mención se basa en el horario laboral que se ha visto modificado por la coyuntura sobre el toque de queda en la pandemia del COVID-19, además hacen trabajar al personal respetando su horario estipulado, dando flexibilidad en todo este tiempo las pocas horas trabajadas en compensación con el sueldo recibido, es así que a todos los trabajadores solamente trabajan diariamente 6 horas aproximadamente y compensa de manera óptima su rendimiento laboral, asimismo antes de la pandemia se veía que no se respetaban las horas trabajadas y los sueldos, porque se trabajaba más, haciendo sobre tiempo y no se remuneraba como debería hacerse, causando fastidio y malestar con todos trabajadores. La empresa realiza capacitaciones para un buen desempeño laboral: El 41,5 % menciona que algunas veces las empresas dan capacitaciones por su desempeño laboral (Tabla 1). Estos resultados contrastan con lo encontrado por Alfaro (2016) quien encontró que el 42 % de los trabajadores muy pocas veces no presentan un buen desempeño laboral por falta de capacitaciones. Esto demuestra que la minoría de empresas algunas veces brindan una capacitación idónea para su buen desempeño de sus trabajadores ayudando al buen rendimiento de sus actividades con el objetivo de ampliar sus conocimientos, habilidades, aptitudes y conductas de sus colaboradores, además en ciertas ocasiones, no se le brinda indicaciones al trabajador con una formación adecuada para prepararlos en cuanto a su desenvolvimiento personal para el contacto con el cliente. Se recomienda ser más rigurosos en brindar ciertas capacitaciones continuas para formar al empleador y hacer mejor su desempeño laboral para demostrar con eficiencia su trabajo.

La empresa entrega “premios” por su buen desempeño laboral: El 34 % de las empresas algunas veces entregan premios por su buen desempeño laboral (Tabla 1). Estos resultados contrastan con lo encontrado por Arévalo (2020) quien manifiesta que el 50% algunas veces premian a los trabajadores según sus resultados. En estos resultados encontrados la minoría de los representantes de las mypes muy pocas veces no promueven las premiaciones a los trabajadores, porque en el momento no saben apreciar la labor y el desempeño de sus trabajadores, generando que el personal no demuestre empatía a la hora de trabajar, además es importante que los representantes de las empresas brinden a los empleados premios o incentivos que entusiasmen al personal trabajar con alegría y vean que son reconocidos por la empresa, de tal manera sean productivos y generen resultados favorables para la empresa.

Recibe un reconocimiento a su buen desempeño: El 51 % de los trabajadores algunas veces reciben un reconocimiento a su buen desempeño (Tabla 1). Estos resultados contrastan con Martínez (2017) quien manifiesta que el 43% de los colaboradores no reciben un reconocimiento a su buen desempeño y a su vez también contrastan con Arévalo (2020) quien determino que el 25% casi siempre otorga reconocimientos y felicitaciones a los trabajadores. En estos resultados se aprecia que la mayoría de las empresas algunas veces cumplen con el reconocimiento a sus colaboradores, siendo habitual por su labor continuo que tienen dentro de la empresa, ya que si lo hacen no son constantes. Entonces decimos que es valioso para las empresas y los representantes que el reconocimiento es base fundamental para que los trabajadores se sientan comprometidos a la hora de hacer sus actividades, llegando ampliar y mejorar la satisfacción de sus trabajadores, así como generar un orgullo personal, por el trabajo eficiente que vienen haciendo por la empresa.

La empresa reconoce mi esfuerzo y dedicación: El 37,7 % se menciona que las empresas muy pocas veces reconocen mi esfuerzo y dedicación (Tabla 1). Estos resultados contrastan con Núñez (2018) quien menciona que el 50 % casi siempre reconocen mi esfuerzo y dedicación. En los resultados adquiridos se demuestra que la minoría de las empresas muy pocas veces reconocen el esfuerzo de sus trabajadores, implicando la falta de compromiso y dedicación a la hora de hacer sus actividades, de esa manera se determina que es importante para todas las empresas reconocer el esfuerzo que hacen sus colaboradores y así sentirse valorados y reconocidos para demostrar su buen desempeño en sus labores, permitiendo ayudar a mejorar el vínculo entre los líderes y sus colaboradores, asimismo las empresas no deben descuidar a sus colaboradores para que ellos no se sientan desanimados en hacer su trabajo y a su vez reconozcan seguido a sus trabajadores, dándoles importancia por lo que hacen en la empresa y generar un clima laboral acorde para demostrar el compromiso que se tiene por la empresa.

Tabla 2: Características de innovación en la motivación laboral de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

La empresa respeta las ideas de los colaboradores: El 49,1 % menciona que las empresas algunas veces respetan las ideas de sus colaboradores, de esa misma forma el 24,5 % casi siempre respetan las ideas de sus colaboradores, mientras que el 22,6% muy pocas veces respetan las ideas de sus colaboradores, mientras que el 3,8 % siempre respetan las ideas de sus colaboradores (Tabla 2). En los resultados alcanzados la minoría de las empresas, algunas veces respetan las ideas de los colaboradores, que son importantes para tener diferentes puntos de vista en el desarrollo de mejora para la empresa, de ese modo demostrar que nuestros colaboradores son una pieza fundamental en la empresa y sus aportaciones son válidas para solucionar problemas y tomar decisiones correctas que sean beneficiosas para la empresa, pero hay ocasiones que no se respeta las ideas de los

trabajadores haciendo caso omiso a lo que puedan aportar para la empresa y no demostrarle el valor oportuno que se necesita para la empresa, es por eso que debemos darle importancia a los trabajadores el aporte que puedan dar en mejorar ciertas maneras de trabajo que necesite la empresa para generar mejores resultados que se puedan requerir. Su jefe propone métodos de trabajo: El 35,8 % se dice que los jefes algunas veces proponen métodos de trabajo, frente a un 32,1 % muy pocas veces, mientras que el 26,4 % casi siempre y el 5,7 % siempre los jefes proponen métodos de trabajo (Tabla 2). En los resultados adquiridos se demuestra que la minoría de los jefes de una mype algunas veces proponen métodos de trabajo, permitiendo identificar las tareas realizadas por cada miembro de la empresa que debe ejecutar cada colaborador, además utilizan distintas metodologías que ayuden a planificar mejor las pautas y procedimientos de métodos de trabajo, haciendo que la empresa sea más competitiva y se note en sus resultados económicos, pero hay momentos que dejan de lado en demostrar ciertos métodos de trabajo que ayuden en la productividad de la empresa, de ese modo los jefes descuidan en emplear ciertos procesos que ayuden en la mejora de las empresas, basándose solamente en trabajar y cumplir sus actividades cotidianas que se presenten.

La empresa cumple con las normas de seguridad en el trabajo: El 39,6 % algunas veces las empresas cumplen con las normas de seguridad en el trabajo (Tabla 2). Estos resultados contrastan con Preciado (2020) quien menciona que el 50 % muy pocas veces las empresas no cumplen con las normas de seguridad en el trabajo, a su vez los resultados contrastan con Arévalo (2020) quien determina que el 25 % siempre las empresas cumplen con las normas de seguridad en el trabajo. En los resultados obtenidos la minoría de las empresas algunas veces cumplen con las normas de seguridad en el trabajo, para poder garantizar el bienestar de nuestros colaboradores y así prevenir todo tipo de accidentes que perjudiquen en la salud y asegurar un ambiente de trabajo seguro y

saludable, de la misma manera las empresas no se preocupan en ocasiones, por el bienestar y la integridad de los trabajadores, mientras ellos logran desempeñarse en sus labores y generar mucha producción con sus trabajos que emplean diariamente, haciendo caso omiso las faltas que generen la inseguridad en el trabajo, pero se debería tomar en cuenta ciertas medidas en el cuidado y bienestar del personal para generar un trabajo seguro.

La empresa protege el bienestar en la salud del trabajador: El 45,3% algunas veces la empresa protege el bienestar en la salud del trabajador, mientras que el 24,5% muy pocas la empresa protege el bienestar en la salud del trabajador y el 24,5 % casi siempre la empresa protege el bienestar en la salud del trabajador, el 5,7% siempre la empresa protege el bienestar en la salud del trabajador (Tabla 2). En los resultados hallados la minoría de las empresas algunas veces protegen el bienestar en la salud del trabajador, basándose en un estilo de vida equilibrado, haciendo que los trabajadores desempeñen sus funciones con mejor ánimo, más sanos, más productivos, con más energía, etc., además si los trabajadores no están con un organismo saludable, desempeñan de mala manera sus actividades y no disfrutan de un ambiente de trabajo feliz, cómodo y de esa forma se comienzan a ver resultados negativos en el rendimiento y la productividad de la empresa. Además, es valioso que los trabajadores estén bien de salud para emplear bien su trabajo generando mejores resultados para llegar la eficiencia de sus actividades.

Tabla 3: Características de servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Usted se siente satisfecho con la atención brindada: El 45,3% muy pocas veces se siente satisfecho con la atención brindada (Tabla 3). Estos resultados contrastan con Torres (2019) quien menciona que el 36% algunas veces se siente satisfecho con la atención brinda y a su vez también coincide con Escandón (2017) quien determina que el 78% muy

pocas veces se siente satisfecho con la atención brindada, de ese modo contrasta con Villalba (2016) quien determina que el 55 % casi siempre están de acuerdo con el servicio, asimismo contrasta con Coronel (2016) donde menciona que el 41,6% casi siempre están de acuerdo con la atención. En estos resultados su minoría se demuestra que muy pocas veces los trabajadores brindan una buena atención a los clientes, es por eso que los representantes de las empresas descuidamos la motivación con los trabajadores, haciendo que no ofrezcan un servicio adecuado y los clientes se vean afectados por la mala actitud del personal a la hora de ofrecer un producto. Es por eso que al personal deberíamos tomarle importancia al esfuerzo que hacen por cumplir sus labores y de vez en cuando darles incentivos como, bonos económicos, reconocimientos laborales y la relación amical jefe- empleado, haciendo que sea un factor clave para lograr crecer el ambiente laboral y ayude en el servicio con el cliente.

Se encuentra satisfecho por el pago del producto o servicio: El 41.7% algunas veces se encuentra satisfecho por el pago del producto o servicio. (Tabla 3). Este resultado contrasta con Villaalba (2016) quien manifiesta que el 37% están de acuerdo por el pago del producto o servicio y a su vez contrasta con Yzaguirre (2019) quien manifiesta que el 58,3% casi siempre considera un precio justo y razonable. En los resultados alcanzados la minoría, algunas veces se encuentran satisfecho por el pago del producto o servicio, ya que la empresa vela por la transparencia de sus productos, haciendo que los clientes se vuelvan más seguros en pagar un servicio, de ese modo saben el valor que tiene el producto sobre el precio que están invirtiendo y están satisfechos con lo que están consumiendo, asimismo a veces encontramos clientes indecisos que no solamente basta en cumplir sus necesidades y deseos, si no de entender lo que realmente busca el cliente en pagar por un producto en cuanto a diferentes factores específicos como por ejemplo,

entorno económico, precio, promoción, producto y sobre todo el toque del gusto en la calidad de nuestro producto.

Usted está satisfecho con nuestros productos o servicios: El 56 % casi siempre están satisfecho con nuestros productos o servicios (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Arenal (2019) quien menciona que brindan un uso correcto de los productos o servicios. En estos resultados en su mayoría se demuestra que los clientes casi siempre están satisfechos con nuestros productos o servicios brindados por la empresa, de esa manera un cliente satisfecho es una buena señal para que el cliente pueda elegir cualquier producto que quiera y se sienta a gusto con su compra, además se podrá brindarle un servicio de calidad que garantice la satisfacción de todos nuestros consumidores y lograr cumplir con sus expectativas requeridas por cada cliente que visite la empresa.

La empresa satisface sus expectativas a la hora de consumir nuestros productos: El 46,9 % algunas veces la empresa satisface sus expectativas a la hora de consumir nuestros productos (Tabla 3). Estos resultados coinciden con Villaalba (2016) quien menciona que el 40% algunas veces la comida estuvo dentro de sus expectativas. En estos resultados se aprecia que la minoría de las empresas algunas veces, satisface sus expectativas de sus productos con nuestros clientes velando el producto que brindemos sea buena para el consumo de todas las personas, siendo importante destacar la satisfacción del cliente cumpliendo sus inquietudes y dudas que pueda tener, de ese mismo modo se logra convencer a los clientes que a veces no estén convencidos por tu producto en despertar sus deseos, crear afinidad y darle razones de sobras para que se identifiquen contigo y quieran ser tus clientes y ayuden a mejorar la imagen de la empresa, haciendo que las ventas de tus productos y servicios crezca de manera incomparable y ser beneficioso en el mercado local.

Tabla 4: Características de satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

La empresa te genera confianza para nuestros productos o servicios: El 59,1% casi siempre la empresa te genera confianza para nuestros productos o servicios (Tabla 4). Estos resultados se asemejan con Moréz (2021) quien determina que casi siempre la empresa le genera confianza en adquirir nuestros productos o servicios. Estos resultados hallados la mayoría de las empresas casi siempre generan confianza en sus productos o servicios a nuestros clientes basados en la calidad, además inspiran tranquilidad y confianza para que el cliente pueda probar antes de comprar y así entender como tener credibilidad, atraer y retener a todos los clientes, además generar una relación larga fidelizando a cada persona que visite nuestro local.

Tiene la sensación que la empresa brinda productos de calidad: El 64,5 % casi siempre tiene la sensación que la empresa brinda productos de calidad y el 15,4 % algunas veces brinda productos de calidad, mientras que el 12,5 % brinda productos de calidad, frente el 7,6 % muy pocas veces (Tabla 4). En estos resultados encontrados se comprueba que la mayoría de las empresas casi siempre tienen la sensación de brindar productos de calidad, para determinar la sensación de agrado con el cliente a la hora de probar nuestros productos, lo cual se obtiene la fidelización a todo el público consumidor que visita nuestro local, con la finalidad de superar todo tipo de expectativas y seguir creciendo como empresa, logrando el éxito de toda la competencia de las mypes que ofrecen nuestros propios productos.

La atención brindada cumple con su sensación de agrado: El 54,7% muy pocas veces los clientes sienten una sensación de agrado cuando son atendidos. (Tabla 4). Este resultado contrasta con Yzaguirre (2019) quien adquirió el 83.3% de las micro y pequeñas empresas aplican una buena atención y a su vez contrasta con Chávez (2018) quien determina que

el 66,7% de las micro y pequeñas empresas consideran que brindan una atención buena, además contrasta con Figueroa (2018) quien manifiesta que el 87,5% de los representantes consideran que la atención que brindan es buena. En estos resultados se aprecia que la mayoría de los clientes muy pocas veces reciben una buena atención, de esa manera se precisa que los representantes de las mypes, tienen una mala relación con los empleados que influye en la motivación, rendimiento y clima laboral, de esa manera tienen como consecuencia que los trabajadores estén pocos valorados por la falta de comunicación que tienen con sus líderes, además no se sienten motivados los trabajadores a la hora de emplear sus funciones mencionando que no reconocen su trabajo y el esfuerzo que hacen para lograr el objetivo propuesto por la empresa, teniendo como consecuencia la mala actitud y la desmotivación en atender a una persona, basada en la mala atención al cliente que será deficiente, asimismo disminuye su desempeño y repercute en los resultados negativos para la empresa.

Tabla 5: Características de la interacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Tiene la impresión que los empleados están siempre dispuestos ayudarlo: El 54,7% muy pocas veces los empleados no están dispuestos ayudar a los clientes (Tabla 5). Estos resultados contrastan con Yzaguirre (2019) quien determina que el 91,6 % consideran que los empleados son eficientes cuando se atiende los reclamos de un cliente y a su vez contrasta con Ríos (2016) quien precisa que el 55.6 % manifiesta estar en desacuerdo con el interés en la solución de reclamos de un cliente. En los resultados hallados la mayoría de los empleados muy pocas veces ayudan a los clientes en lo que se requiera, siendo un punto de quiebre muy malo para la empresa, haciendo perder clientes potenciales que consumen nuestros productos, de ese mismo modo hay momentos que dejamos de lado a los clientes haciendo que se sientan incómodos y fastidiados, de tal forma los clientes necesitan ser oídos, resolver sus reclamos, dudas y que sean la

prioridad a la hora de poder atenderlos, asimismo siempre debemos basarnos a los clientes y lograr el grado de satisfacción que se necesita para fidelizar a muchos clientes que quieran ser atendidos por nuestra empresa y lograr una atención eficiente de acuerdo a sus necesidades de cada persona.

Tiene la impresión que los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido: El 56,8 % muy pocas veces ofrecen un servicio rápido (Tabla 5). Este resultado contrasta con Rosales (2017) quien menciona que el 50% creen que la empresa brinda un servicio rápido y a su vez coincide con Ríos (2016) quien manifiesta que el 69,4% los empleados no brindan un servicio con rapidez. En los resultados encontrados su mayoría de empleados en una mype muy pocas veces ofrecen un servicio rápido, teniendo como factor grave el tiempo de espera, porque a ninguna persona le gusta esperar por su pedido, lo recomendable es proporcionar una respuesta inmediata en ofrecer un abordaje claro, preciso, conciso y evitar conversaciones con mensajes largos y sobre todo que se emplee una atención rápida en poco tiempo de lo normal, dando como último paso la satisfacción de nuestros clientes.

Los empleados de la empresa son siempre amables: El 55,9% muy pocas veces de los empleados son amables (Tabla 5). En los resultados contrasta con Antúnez (2017) quien menciona que el 36.4% tienen un trato amable. En resultados hallados la mayoría de empleados de una empresa muy pocas veces son amables y hoy en día ya no es suficiente el buen servicio, ahora los clientes buscan la calidad de los productos y la amabilidad, basado en una buena atención, además si las empresas influyen en el buen trato, garantizas la lealtad de tus clientes y las ventas serán favorecidas para el crecimiento de la empresa.

V. CONCLUSIONES

Sobre las características para incentivar a los trabajadores

En base a las características principales para incentivar a los trabajadores de las MYPE, la mayoría relativa menciona que algunas veces cumplen con el horario establecido, la empresa cumple con el salario por el desempeño de sus actividades, la empresa realiza capacitaciones para un buen desempeño laboral, reciben un reconocimiento a su buen desempeño.

Se precisa que las empresas velan por el bienestar de su personal, ya que en ocasiones se preocupan en cómo se sienten, si están motivados y sobre todo si se sienten bien trabajando, además se considera que algunas veces respetan los horarios establecidos en hacer que el trabajador se sienta a gusto en su lugar de trabajo, en ese mismo modo se capacita al personal para mejorar su desempeño laboral, de tal forma puedan alcanzar reconocimientos por el buen trabajo que hacen en la empresa y sean mejor valorados por sus jefes inmediatos.

La minoría de los trabajadores menciona que muy pocas veces las empresas entregan “premios” para su buen desempeño laboral, la empresa reconoce mi esfuerzo y dedicación.

Como se sabe hoy día es importante dedicarle tiempo al personal a tu cargo en dar un incentivo económico o no económico, para que los empleados se sientan valorados por el trabajo, de ese modo reconozcan su esfuerzo que hacen por demostrar lo bueno que son, asimismo hacer que se sientan motivados y ayuden a trabajar con entusiasmo para satisfacer las necesidades de la empresa.

Sobre las características de innovación en la motivación laboral

La minoría menciona que algunas veces las empresas respetan las ideas realizadas por los colaboradores, su jefe propone a los colaboradores métodos de trabajo, la empresa cumple con las normas de procedimiento que pone en riesgo su seguridad en el trabajo, la empresa cumple con el proceso de proteger el bienestar en la salud del trabajador.

Las empresas de las mypes estudiadas, dan importancia en ocasiones las ideas realizadas por los trabajadores para mejorar el funcionamiento de las empresas, asimismo los jefes inmediatos establecen métodos y estrategias en fortalecer los procesos de mejora en el ámbito laboral, además las empresas velan el cuidado y el bienestar del personal, como consecuencia un trabajador sano es más rentable y productivo para la empresa.

Sobre las características de servicio al cliente

La minoría menciona que algunas veces se encuentra satisfecho por el pago del producto o servicio brindado, considera que la empresa satisface sus expectativas a la hora de consumir nuestro producto.

Se considera que hoy en día las empresas algunas veces, velan por ofrecer un producto de calidad que llene las expectativas todo público consumidor, además a raíz de ofrecer un producto bueno las personas se encuentran satisfechos pagando un producto que complazca su paladar y sigan complaciendo sus necesidades que ellos puedan tener, garantizando la fidelidad de los clientes.

La mayoría menciona que casi siempre los clientes están satisfechos con nuestros productos brindados.

Según los resultados basados para las empresas en la actualidad es muy importante la satisfacción de los clientes, basados en los productos brindados a la necesidad de todo público consumidor es ahí cuando se debe precisar darle importancia a nuestros clientes para velar siempre sus inquietudes y necesidades que nos hagan a mejorar como empresa.

La minoría precisa que muy pocas veces se siente satisfecho con la atención brindada por el trabajador.

Los trabajadores de las mypes básicamente decaen de motivación es por eso que no se atiende bien a la persona, haciendo perder a clientes por la mala atención que se le brinda, dando a conocer pérdidas económicas y clientes fidelizados.

Sobre las características de la satisfacción al cliente

La mayoría menciona que casi siempre la empresa te genera una sensación de confianza, para nuestros productos o servicios, tiene la sensación que la empresa brinda productos de calidad

Los clientes de hoy en día buscan un lugar donde consumir sus productos con satisfacción y sentirse cómodos al lugar donde van, asimismo las empresas se esfuerzan en querer dar un producto de calidad a sus clientes basándose exclusivamente en sus necesidades y generar la satisfacción que esperan de sus clientes.

La mayoría menciona que muy pocas veces sienten que la atención brindada cumple con su sensación de agrado.

Se menciona que los clientes no se sienten satisfechos con la atención brinda por los representantes de las mypes, porque carecen de motivación de parte de sus jefes inmediatos, es por eso que se necesita que los representantes de cada empresa le den importancia a motivar a su personal para que ellos empleen un buen trabajo que influya en la buena atención.

Sobre las características de la interacción al cliente

La mayoría menciona que muy pocas veces los empleados están siempre dispuestos a ayudarlo, tiene la impresión que los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido, los empleados de la empresa son siempre amables.

Los empleados de las mypes carecen de poca iniciativa para poder ayudar a un cliente en no darles importancia a sus necesidades e inquietudes que tengan en un producto, además el personal no le brinda un servicio rápido al cliente, contribuyendo en la demora del pedido de un producto y eso implica en el fastidio del cliente con nosotros, dando como resultado que brindamos una pésima atención, de esa misma forma los trabajadores no demuestran un trato cordial que influye en una mala actitud y sobre todo haciendo que el cliente se retire y no vuelva más a consumir nuestros productos, por último se debe mostrar siempre la educación por delante y atender con alegría a pesar de los problemas que tengamos, asimismo debemos demostrar siempre la buena actitud y la predisposición en brindar una atención de calidad.

En base a los resultados hallados en la investigación se elaboró un plan de mejora con la finalidad de brindar herramientas, técnicas y estrategias que van a permitir ayudar las microempresas, para que puedan ser más productivas y brinden una adecuada motivación con sus trabajadores y lograr una atención a la cliente buena, que conlleve a la satisfacción de todos nuestros consumidores la cual permitirá en el crecimiento óptimo de las pollerías del distrito de Nuevo Chimbote.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Incentivar a la empresa entregar premios por su desempeño a los trabajadores, dado que se le sugiera a la empresa reconocer más a sus empleados y brindar incentivos que ayuden al estado de ánimo de cada trabajador y cumplan con lo que se le requiere y puedan trabajar con compromiso y mantener en armonía el ambiente laboral de todos sus trabajadores.

Identificar los reconocimientos de los trabajadores en base a sus desempeños en sus actividades, se debería recomendar a todos los representantes reconocer más a sus trabajadores para que ellos puedan sentirse motivados en hacer sus labores y reconozcan su esfuerzo que hacen por la empresa, para que ellos puedan rendir y mostrar todas sus habilidades que ayuden a mejorar la empresa.

Hacer que los trabajadores logren dar una buena atención a los clientes, implica que los representantes logren motivar a sus trabajadores a tiempo y ellos se sientan valorados que su trabajo vale la pena, para que se vea reflejado en el trato amable al cliente cuando les toque atender a cada persona que entre al establecimiento y se lleven una buena impresión del personal y de la empresa.

Realizar seguimientos a sus trabajos que se les asigna en la empresa, supervisar el trabajo de cada uno y ver si tienen la iniciativa en ayudar al cliente que viene a consumir nuestros productos, también debemos emplear una estrategia en la demora de la atención por nuestro personal y diagnosticar el problema el por qué no se le atiende de acuerdo al tiempo requerido y demostrar que la atención al cliente es muy importante en la reputación de la empresa, haciendo que se obtiene un resultado acorde por la atención,

asimismo ganaremos clientes nuevos y se logrará posicionarse la empresa en todo el mercado peruano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alfaro, G. (2016). *Clima organizacional y motivación laboral en las micro y pequeñas empresas sector servicio- rubro restaurantes distrito de nuevo chimbote – provincia el santa. chimbote* : universidad católica ánegeles de Chimbote.
- Adrianzén, C. (2018). *Motivación y Desempeño Laboral del personal de servicio en Atención al Cliente, supermercados Metro - Nuevo Chimbote, 2018*. Universidad Cesar Vallejo. Chimbote – Perú.
- Arévalo, G. (2020). *Propuesta de mejora de motivacion laboral como el factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en los mypes*. Lima. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/22732>
- Anyaco, N. (2017). *Motivación y compromiso organizacional en los trabajadores técnicos - operativos de una empresa del sector automotriz*. Universidad Nacional de San Marcos, Lima. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/5716>
- Arenal, C. (2019). *Gestión de la atención al cliente / consumidor*. UF0036. Logroño: Editorial Tutor Formación, 2019. p. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/122303?page=8>
- Ariza, R. (2020). *Procesos de atención al cliente- consumidor- usuario*. <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448196813.pdf>.
- Antúnez, L. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes, en la ciudad de Huarney, 2016*. Recuperado de: <https://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/>.

- Aumann, R. (2017). *La clave pasa por la educación y el sistema de incentivos*. Banco Interamericano de Desarrollo, 42 (21), 326 – 329.
- Bordas, M. (2016). *Gestión estratégica del clima laboral*. Edición digital marzo 2016.
https://www.academia.edu/29863132/LIBRO_GESTION ESTRATEGICA_DEL_CLIMA_LABORAL_
- Burga, G. (2018). *Motivación y desempeño laboral del personal*, administrativo de una empresa agroindustrial de la región de Lambayeque. Chiclayo
- Bustamante, M. (2019). *Fundamentos de la Calidad de Servicio*, el Modelo Servqual. Revista Empresarial, 13(2), 1-15.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7361518>.
- Carbajal, R. (2018). *La motivación de los empleados marca la diferencia*. La Razón. Obtenido de <https://www.larazon.es/economia/la-motivacion-de-losempleados-marca-la-diferencia-AB19098338/>
- Castillero A. (2016). *La motivación y la gestión de la dirección*. Gestipolis. Recuperado el 5 de diciembre de 2016, de gestiópolis Castillero. Recuperado de <https://www.gestipolis.com/motivacion-gestion-de-la-direccion/> Consultado el día 11 de marzo 2016.
- Cano, D. (2017). *Gestión de calidad de la atención al cliente y la satisfacción en la micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes: caso restaurante “la rinconada” en la ciudad de huarmey*, 2016. Recuperado de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000044119>.
- Chamorro, S. (2016). *Las 10 claves para mejorar la atención al cliente de tu empresa*. Recuperado de, <https://www.deustoformacion.com/blog/gestion-empresas/10-claves-para-mejorar-atencion-cliente-tu-empresa>

- Chávez, E. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeña empresas del sector servicios, rubro restaurantes turísticos en el distrito de Chimbote, 2016*. Universidad Católica Los ángeles de Chimbote, Ancash, Chimbote. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9189/GESTION_CALIDAD_ATENCION_CLIENTE_CHAVEZ_PAREDES_.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chiavenato, I. (2017). *Comportamiento Organizacional*. México: McGraw Hill. https://www.academia.edu/29923149/Comportamiento_Organizacional_Idalberto_Chiavenato_McGrawhill_2da_Edicion_pdf.
- Coronel, C. (2016). *Calidad De Servicio Y Grado De Satisfacción Del Cliente*. En El Restaurant Pizza Hut En El Centro Comercial Mega Plaza Lima; 2016. Recuperado de: <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2707/1/CAROLINA-SOLEDADCORONEL-ARCE%20TESIS.pdf>
- Dudas, A. (2017). *The psychology behind first impressions*. The Queen's University Journal. <https://www.queensjournal.ca/story/2017-11-30/lifestyle/the-psychology-behind-first-impressions/>
- Escandón, L. (2017). *Propuesta para la mejora de los servicios en el bar restaurante macho Sports en plaza del sol en la ciudad de Guayaquil*. (Tesis pregrado). Facultad de Comunicación Social. universidad de Guayaquil. Ecuador
- Figuroa, C. (2018). *Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas en el sector servicio rubro, restaurantes, jr. ladislao espinar cdra. 3, ciudad de Chimbote, 2016*. Universidad Católica Los ángeles de Chimbote, Ancash, Chimbote. Recuperado el 20 de Mayo de 2019, de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/8223/GESTION>

O

N_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_FIGUEROA_RODRIGUEZ_CARLOS_ALBERTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Fernandez, S. (2016). *la innovación en la empresa*. Consultado: 26 abril, 2016.
<https://www.empresaactual.com/innovacion-en-empresa/>

Flores, C. (2016). En su trabajo de investigación titulado: “Clima organizacional y motivación laboral en las micro y pequeñas empresas del sector servicios-rubro restaurantes, “Pollerías” – del distrito de Nuevo Chimbote – provincia el Santa, 2016”.

Gabino, O. (2021). La calidad en el servicio y el nivel de satisfacción. Última edición:
1 de febrero de 2021
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/32249>

Gutiérrez, G. (2018). *Calidad de servicios y la satisfacción de los clientes del restaurantes Rachy's de la ciudad de Guayzquil*. Guayaquil, Ecuador : Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de 51.

Gutierrez, F. (2019). *Concepto de pequeña y mediana empresa clasificacion y beneficios*. Consultado: Abril, 29 del 2019.
<https://es.scribd.com/document/408030337/CONCEPTO-MYPES>

Hernández, G. (2017). *La financiación de las micro, pequeñas y medianas empresas a través de los mercados de capitales en Iberoamérica*. Recuperado de.
[http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/09E7377781F0EB740525828F0072A3D0/\\$FILE/LaFinanciaci%C3%B3nDeLasMicroPeqMedEmpresas.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con5_uibd.nsf/09E7377781F0EB740525828F0072A3D0/$FILE/LaFinanciaci%C3%B3nDeLasMicroPeqMedEmpresas.pdf)

Hernández, R. (2016). *El salario emocional*. En la remuneración del talento humano de la generación del milenio. en Colombia.

López, M. (2018). *Calidad de servicio y la satisfacción de clientes del restaurante Racy*s*. Guayaquil- Ecuador. Repositorio Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/9867>.

López, S. (2020). *Atencion al cliente, consumidor y usuario*. Ediciones Paraninfo, S.A., 30 ene. 2020 - 270 páginas

López, R. (2019). *Atención al cliente*. https://www.instasent.com/blog/guia-rapida-de-atencion-alcliente#2_Da_la_importancia_que_se_merece_al_cliente.

Londoño, L. (2017). *Efectos de la falta de reconocimiento legítimo en el campo laboral que influyen en la identidad de un grupo de docentes de educación básica del sector privado y público*.(trabajo de grado). Universidad de San Buenaventura, Santiago de Cali, Colombia.

Llanga, V. (2019): “Motivación extrínseca e intrínseca en el estudiante”, Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo (septiembre 2019). En línea:<https://www.eumed.net/rev/atlante/2019/09/motivacion-extrinseca-intrinseca.html/hdl.handle.net/20.500.11763/atlante1909motivacion-extrinseca-intrinseca>

Mancuzzo, G. (2020). *Servicio al cliente*. «Customer Support Software & Ticketing System Freshdesk». 2020. Freshdesk.Com.
<https://freshdesk.com/customer-interaction>. 4 de diciembre.

Mamani G. (2021). *Ley de promoción y formalización de las mypes*. <https://lpderecho.pe/ley-promocion-formalizacion-micro-pequena-empresa-ley-28015/> - 9 de diciembre.

- Mata, J. (2016). *Las 5 causas más frecuentes del fracaso empresarial*. Recuperado de, <https://www.emprenderalia.com/las-5-causas-mas-frecuentes-del-fracaso-empresarial/>.
- Marín, K. (2016). *La motivación como un factor clave de éxito en las organizaciones modernas*. Colección Académica de Ciencias Sociales, 3(2), 22-35.
- Martínez, J. (2016). *Teorías de comunicación*. [Internet]. 2006. Consultado en febrero 2016. Disponible en: http://www.riial.org/espacios/teoriacom/teoriacom_docbase.pdf
- Martínez, B. (2016). *Servicio al cliente interno: todos somos clientes y todos tenemos clientes*. Ediciones de la U. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/70272?page=51>
- Martínez, Y. (2017). *Estudio de motivación laboral y su influencia en la productividad y en el desempeño del hotel Sheraton ubicado en la ciudad de Guayaquil*. [Tesis de titulación Universidad Católica de Santiago de Guayaquil] Repositorio Institucional – Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9274/1/T-UCSG-PRE-ECO-ADM438.pdf>
- Mares, C. (2017). *Las Micro y Pequeñas Empresas (MYPEs) en el Perú*. Editor. EBC EDICIONES. Revista: Juridica Thomson Reuters. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/4711>
- Matraeva, L. (2020). *Conceptual model to measure public service quality and service satisfaction: Russian practice*. Quality Management (21), 177.
- Mayta, E. (2019). *Incentivos y su influencia en el desempeño laboral de la empresa "Homet" (Trabajo de grado, Universidad Peruana Unión)*. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/UPEU/2872/Efrain_Trabajo_Bachiller_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y pdf

- Medina, E. (2017). *Desempeño laboral del personal administrativo nombrado de la Municipalidad Provincial del Santa*. Chimbote 2017. Universidad César Vallejo. Lima, Perú
- Mejias, A. (2019). *Ejemplos de premios de reconocimiento*. Revisado Porkarina da Silva <https://www.cuidatudinero.com/13109316/ejemplos-de-premios-de-reconocimiento>.
- Moréz, P. (2021). *Experiencia del cliente*. Como se mide la satisfacción. <https://www.inbox.mx/blog/que-es-y-como-medir-la-satisfaccion-del-cliente>.
- Núñez, L. (2018). *Factores de la Motivación y el Desempeño Laboral de los Empleados de los Restaurantes del distrito de Huamey*. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/17341>
- Orellano, J. (2018). *Nivel de satisfacción de la atención al cliente en el Restaurante Mama Juana*. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
- Palacios, A. (2018). Perú: *Situación de las micro y pequeñas empresas*. Expreso. Recuperado de <https://www.expreso.com.pe/opinion/alfredo-palacios-dongo/peru-situacion-de-las-micro-y-pequenas-empresas/>
- Palmero, C. (2016) *Manual de prácticas de motivación y emoción*. Castelló de la Plana: Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions, 2016. p. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/51672?page=4>
- Palomo, T. (2017). *Liderazgo y motivación en equipos de trabajo*. ESIC <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n3/2218-3620-rus-12-03-385.pdf>
- Pârjoleanu, R. (2020). *Eficiencia de la motivación laboral en el lugar de trabajo*. Aperturas posmodernas, 11(4), 293-309. <https://doi.org/10.18662/po/11.4/236>.

- Pérez, A. (2017). *Motivación e incentivos laborales/Caso Elmer's Chocolate*. (Trabajo de grado, Universidad Santo Tomás) <https://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/2955/Perezalba2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Pérez, M. (2021). *Definición de Interacción*. (Última edición:24 de mayo del 2021). Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/interaccion/>. Consultado el 18 de diciembre del 2021.
- Pérez, M. (2021). *Definición de Satisfacción*. (Última edición:15 de octubre del 2021). Recuperado de: <https://conceptodefinicion.de/satisfaccion/>. Consultado el 14 de diciembre del 2021
- Peña, R. (2018). *Motivación Laboral*. Elemento Fundamental en el Éxito Organizacional. *Revista Científica*, 3(7), 177–192. <https://doi.org/10.29394/Scientific.issn.2542-2987.2018.3.7.9.177-192>
- Prescott, N. (2019). *Motivación Laboral y la Toma de Decisiones de los trabajadores del restaurante de comidas orientales del distrito de Casma - Región Ancash*.
- Peiró, R. (2019), *Innovación*. Economipedia.com 14 de noviembre, 2019 <https://economipedia.com/definiciones/innovacion-2.html>
- Prieto, L. (2020). Propuesta de mejora en marketing digital como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las MYPEs del sector comercio, rubro joyerías, del Jirón Huallaga, cuadra 4 y 5 Lima 2019. [Tesis Licenciado 88 en Administración Universidad Los Ángeles de Chimbote] Repositorio Institucional ULADECH CATÓLICA <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/18453>

Pozo, M. (2020) *el viaje del cliente*. Satisfacción al cliente <https://elviajedelcliente.com/csat-como-calculiar-el-indice-de-satisfaccion-del-cliente/>

Ríos, M. (2016). *Caracterización de la Calidad del Servicio bajo el Modelo Servqual*, en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicios – Rubro Restaurantes Campestres en el Distrito de Huaraz, 2016.

Riquelme, M. (2021). *Manual de procedimientos* (definición y ventajas). Retrieved from <https://www.webyempresas.com/manual-de-procedimientos/>.

Rosales, P. (2017). *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro pollerías del distrito de Casma, 2017*. (Tesis pregrado). Facultad de administración. Universidad católica los ángeles de Chimbote. Perú

Rosales, M. (2019). *Caracterización de la Gestión de Calidad bajo el Enfoque de Motivación Laboral en las Mypes del Sector Servicios, Rubro Restaurantes del Distrito de Huaraz*.

Sánchez, G. (2016). *Servicio*. Consultado: 13 de Febrero. [Economipedia.com /definiciones/servicio.html](http://Economipedia.com/definiciones/servicio.html)

Sánchez, A. (2017). Satisfacción laboral de trabajadores de actividades deportivas y recreativas del restaurante turismo activo. *Espiral. Cuadernos del profesorado*, 10(21), pp. 140-148.

<https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/85997/1038-3427-1-PB.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Sánchez, M. (2019). *Sensación y percepción: una revisión conceptual (Generación de contenidos impresos N.º 12)*. Bogotá: Ediciones Universidad Cooperativa de Colombia. doi: <https://doi.org/10.16925/gcnc.1>

Skvoretz, J. (2016) *Status and Interaction: A Stochastic Model for the Measurement of Macrostatus Value and the Determination of Microstatus Ranking in Task Group Interaction*, Socius: Sociological Research for a Dynamic World, Volume 2, 1-16. Acceso:10 de junio de 2016 <http://srd.sagepub.com/content/2/2378023115621561.full.pdf+html>

Sotelo, A. (2016). *La motivación, la formación y el desarrollo humano como factores de incidencia en el compromiso organizacional*. RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática, 4(11), 35-56.

Villaalba, S. (2016). *Análisis de calidad del servicio y atención al cliente en azucabeach, azuca bistro y q restaurant, y sugerencias de mejora*, Universidad Pontificia Católica de Ecuador. Recuperado el 31 de Mayo de 2019, <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11384/TESIS%20FINAL%20CON%20FORMATO%20DISE%c3%91ADO2.pdf?sequence&isAllowed=y>

Velásquez, A. (2017). *¿Qué errores llevan a una micro empresa al fracaso?* Recuperado de, <https://gestion.pe/tu-dinero/errores-llevan-micro-empresa-fracaso-131189>.

Uriarte, M. (2021). *Ideas en la motivación Laboral*. Última edición: 10 de marzo de 2020. Disponible en: <https://www.caracteristicas.co/motivacion-laboral/>. Consultado: 26 de octubre de

2021.Fuente: <https://www.caracteristicas.co/motivacion-laboral/#ixzz7FA2HOcMO>

Yzaguirre, E. (2019). *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías, en el casco urbano de la ciudad de Chimbote, 2018*. Universidad Católica Los ángeles de Chimbote, Ancash, Chimbote. Recuperado el 21 de Mayo de 2019, de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/9872/GESTION_DE_CALIDAD_ATENCION_AL_CLIENTE_YZAGUIRRE_VEURA_ELIZABETH_YSELA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Yoon, Y. (2020). *A Qualitative Review of Cruise Service Quality: Case Studies from Asia*. *Sustainability* 2020, 12(19), 8073; <https://doi.org/10.3390/su12198073>.

Tettamanti, M. (2017). *5 errores que pequeñas y medianas empresas cometen en su gestión de recursos humanos*. Recuperado de, <http://blogs.evaluar.com/5erroresque-pymes-cometen-en-su-gestion-de-recursos-humanos>.

Torres, R. (2019). *Diseño de propuesta para mejorar la calidad del servicio al cliente en la sanduchería y pastelería “le croissant” del canton samborondon*, Recuperado el 30 Mayo de 2019, de <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/38775/1/STEVEN-TORRES-%20tesis.pdf>

Westreicher, G. (2020). *Método*. Economipedia.com <https://definiciones/metodo.html>. Consultado: 22 de agosto, 2020.

Zapatero, A. (2016) *Información y atención al cliente-consumidor*. usuario (MF0241_2). Madrid: Editorial CEP, S.L. 2016. p. <https://elibro.net/es/ereader/uladech/51043?page=13>

ANEXOS

Anexos 1: Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	Actividades	Año 2021								Año 2022							
		Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero			
		1				2				3				4			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	X															
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación		X	X	X	X											
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación					X											
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor						X										
5	Mejora del marco teórico						X										
6	Redacción de la revisión de la literatura.							X									
7	Elaboración del consentimiento informado (*)							X									
8	Ejecución de la metodología								X								
9	Resultados de la investigación								X	X							
10	Conclusiones y recomendaciones									X							
11	Redacción del pre informe de Investigación.									X							
12	Reacción del informe final									X							
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación										X	X	X	X			
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
15	Redacción de artículo científico																X

Anexo 2: Presupuesto

PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE (ESTUDIANTE)			
Categoría	Base	% o Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
• Impresiones	0.50	40	20.00
• Fotocopias	0.20	30	6.00
• Empastado	5.00	2	10.00
• Papel bond A-4 (500 hojas)	0.10	100	10.00
• Lapiceros	0.50	1	0.50
Servicios			
• Uso de Turnitin	50.00	2	100.00
Sub total			
Gastos de viaje			
• Pasajes para recolectar información	2.50	2	5.00
Sub total			
Total de presupuesto desembolsable			151.50
Categoría	Base	% ó Número	Total (S/.)
Servicios			
• Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30.00	4	120.00
• Búsqueda de información en base de datos	35.00	2	70.00
• Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	40.00	4	160.00
• Publicación de artículo en repositorio institucional	50.00	1	50.00
Sub total			400.00
Recurso humano			
• Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63.00	4	252.00
Sub total			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00

Anexo 3. Documento de la municipalidad o consulta sunat.

Resultado de la Búsqueda			
IMPORTANTE: Los comprobantes de pago o notas de débito emitidos por este contribuyente no dan derecho a crédito fiscal del IGV, en tanto se encuentra con estado de BAJA DE OFICIO			
Número de RUC:	20514802361 - INVERSIONES AKIOSHI S.A.C.		
Tipo Contribuyente:	SOCIEDAD ANONIMA CERRADA		
Nombre Comercial:	POLLERIA DON LUCHO		
Fecha de Inscripción:	23/12/2006	Fecha de Inicio de Actividades:	26/03/2007
Estado del Contribuyente:	BAJA DE OFICIO Fecha de Baja: 31/05/2014		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Domicilio Fiscal:	CAL.RESTAUACION NRO. 396 (ESQUINA JR.RESTAUACION Y VARELA) LIMA - LIMA - BREÑA		
Sistema Emisión de Comprobante:	MANUAL/COMPUTARIZADO	Actividad Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema Contabilidad:	MANUAL/COMPUTARIZADO		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 55205 - RESTAURANTES, BARES Y CANTINAS.		

Resultado de la Búsqueda			
Número de RUC:	20600242505 - POLLOS A LA BRAZA RICKY EIRL		
Tipo Contribuyente:	EMPRESA INDIVIDUAL DE RESP. LTDA		
Nombre Comercial:	-		
Fecha de Inscripción:	23/03/2015	Fecha de Inicio de Actividades:	01/03/2015
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Domicilio Fiscal:	CAL.VEINTIOCHO DE JULIO NRO. 585 LAMBAYEQUE - CHICLAYO - MONSEFU		
Sistema Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):	Principal - 5610 - ACTIVIDADES DE RESTAURANTES Y DE SERVICIO MÓVIL DE COMIDAS		

Resultado de la Búsqueda			
Número de RUC:	10329771259 - SUAREZ MENDOZA DE PEÑA ALIS IMELDA		
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO		
Tipo de Documento:	DNI 32977125 - SUAREZ MENDOZA DE PEÑA, ALIS IMELDA		
Nombre Comercial:	POLLOS A LA BRASA SUAREZ Afecto al Nuevo RUS: SI		
Fecha de Inscripción:	16/08/2008	Fecha de Inicio de Actividades:	01/08/2008
Estado del Contribuyente:	ACTIVO		
Condición del Contribuyente:	HABIDO		
Domicilio Fiscal:	-		
Sistema Emisión de Comprobante:	MANUAL	Actividad Comercio Exterior:	SIN ACTIVIDAD
Sistema Contabilidad:	MANUAL		
Actividad(es) Económica(s):			

Anexo 4: Cuadro de sondeo

N°	Razón social	Dirección
1	D Luchos Pollos a la Brasa	Urb. Los Álamos (PPAO) Mz E Lt.25 Nuevo Chimbote
2	Pollería Riki's	Mz L2 1do piso- Buenos Aires, Av pacífico, Nuevo Chimbote
3	Pollos a la Brasa Suárez	Au. Panamericana Nte. #173, Nuevo Chimbote 02711
4	Napos Chicken	Av. Pacífico 370 Nuevo Chimbote
5	El Sabor Grilled Chicken	Urb. Casuarinas Mz F2 lt 1, 02710 – Nuevo Chimbote
6	Pollería a la Brasa P'a LLevar	Av. La Paz Mza. M Lote. 20 A.H. Teresa De Calcuta (A La Altura De Reencauchadora El Rambo)
7	Pollería Economic Chicken Gold	VFCM+V55, Nuevo Chimbote, Ancash, Peru
8	La Granja Linda	Av. Pacífico 434, Chimbote 02711
9	Al Carbón Pollos - Parrillas	VFHG+2Q4, Nuevo Chimbote 02711
10	Hot Chicken Grill	VFGH+JV9, Nuevo Chimbote 02711
11	El Rumberito	Av. Pacífico Mz C lote 5 – Nuevo Chimbote
12	Pollería- Parrilla Don Pio	Urb. Gatarea, Av. Agraria Mz. G Lote 14
13	Pollería & Chifa Naomi	Nuevo Chimbote – Ancash Perú
14	Pollería Che Palermo	VFCJ+HJG, Nuevo Chimbote 02711

Anexo 5: Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

Anexo 4: Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021 es dirigido por Norio Sakamoto López investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Conocer las características de la Motivación laboral y Atención al cliente para luego proporcionar un plan de mejora que ayude a las microempresas a corregir posibles dificultades que se han presentado.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo.

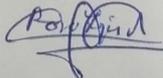
Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del celular 943648661. Si desea, también podrá escribir al correo rositalopezaguilar4@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Rosa López Aguilar

Fecha: 31/01/2021

Correo electrónico: rositalopezaguilar4@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Anexo 4: Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021 es dirigido por Norio Sakamoto López investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Conocer las características de la Motivación laboral y Atención al cliente para luego proporcionar un plan de mejora que ayude a las microempresas a corregir posibles dificultades que se han presentado.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del celular 973 458938. Si desea, también podrá escribir al correo Jhana Sumita 221284@hotmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Jhana Sakamoto Lopez

Fecha: 10/07/2022

Correo electrónico: Jhana Sumita 221284@hotmail.com

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

Anexo 4: Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021 es dirigido por Norio Sakamoto López investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Conocer las características de la Motivación laboral y Atención al cliente para luego proporcionar un plan de mejora que ayude a las microempresas a corregir posibles dificultades que se han presentado.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del celular 942316532 Si desea, también podrá escribir al correo flavio.20.11@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Flavio Onencio León

Fecha: 28/12/2021

Correo electrónico: flavio.20.11@gmail.com

Firma del participante: Flavio

Firma del investigador (o encargado de recoger información): [Firma]



Anexo 4: Consentimiento informado

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021 es dirigido por Norio Sakamoto López investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El propósito de la investigación es: Conocer las características de la Motivación laboral y Atención al cliente para luego proporcionar un plan de mejora que ayude a las microempresas a corregir posibles dificultades que se han presentado.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 5 minutos de su tiempo.

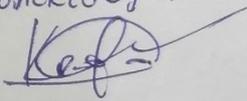
Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

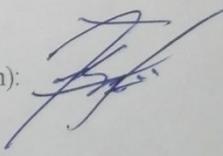
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del celular 902 203597. Si desea, también podrá escribir al correo KevinCR20@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Kevin Alejandro Palomino

Fecha: 04/01/2022

Correo electrónico: KevinCR20@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Anexo 6. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

El presente cuestionario se aplicará a los trabajadores de motivación laboral en las MYPES del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

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

Respecto a la Variable Motivación Laboral

	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)
N°	Ítems				Alternativa
V1: Motivación Laboral					
D1: Incentivos (cumplimiento, premiación, reconocimientos)					
1	¿Considera usted que cumplen con el horario de trabajo establecido?				1 2 3 4 5
2	¿Usted cree que la empresa cumple con el salario por el desempeño de sus actividades?				1 2 3 4 5
3	¿La empresa realiza capacitaciones para un buen desempeño laboral?				1 2 3 4 5
4	¿La empresa entrega “premios” por su buen desempeño laboral?				1 2 3 4 5
5	¿Considera que recibe un reconocimiento a su buen desempeño?				1 2 3 4 5
6	¿Considera que la empresa reconoce mi esfuerzo y dedicación?				1 2 3 4 5
D2: Innovar (ideas, métodos, procedimientos)					
7	¿La empresa respeta las ideas realizada por los colaboradores?				1 2 3 4 5
8	¿Su jefe propone a los colaboradores métodos de trabajo para el logro de los objetivos de la empresa?				1 2 3 4 5
9	¿Considera que la empresa cumple con las normas de procedimiento que pone en riesgo su seguridad en el trabajo?				1 2 3 4 5
10	¿Cumple con el proceso de proteger el bienestar en la salud del trabajador?				1 2 3 4 5



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE**

El presente cuestionario se aplicará a los clientes en las MYPES del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

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

Respecto a la Variable Atención al cliente

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas Veces (3)	Casi Siempre (4)	Siempre (5)	
N°	Ítems				Alternativa
V2: Atención al cliente					
D1: Servicio (Satisfacer)					
1	¿Usted se siente satisfecho con la atención brindada por el trabajador?				1 2 3 4 5
2	¿Se encuentra satisfecho por el pago del producto o servicio brindado?				1 2 3 4 5
3	¿Usted está satisfecho con nuestros productos o servicios brindados?				1 2 3 4 5
4	¿Usted considera que la empresa satisface sus expectativas a la hora de consumir nuestro producto				1 2 3 4 5
D2: Satisfacción (sensación)					
5	¿La empresa te genera una sensación de confianza, para adquirir nuestros productos o servicios?				1 2 3 4 5
6	¿Usted tiene a sensación que la empresa brinda productos de calidad?				1 2 3 4 5
7	¿Usted siente que la atención brindada cumple con su sensación de agrado como cliente?				1 2 3 4 5
D3: Interacción (Impresión)					
8	¿Usted tiene la impresión que los empleados están siempre dispuestos a ayudar a los clientes?				1 2 3 4 5
9	¿Tiene la impresión que los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes?				1 2 3 4 5
10	¿Considera que los empleados de la empresa son siempre amables con los clientes?				1 2 3 4 5

Anexo 7: Validación del instrumento

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres: Julio César Cerna Izaguirre

1.2. Grado Académico: Maestro en Administración

1.3. Profesión: Licenciado en Administración

1.4. Institución donde labora: ADEC ATC

1.5. Cargo que desempeña: Consultor de MYPES

1.6 Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Sakamoto López Norio

1.8. Carrera: Administración

VALIDACION: Ítems correspondientes al instrumento 1: Variable Motivación Laboral

No de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El Ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Incentivos (cumplimiento, premiación, reconocimientos)							
1. ¿Considera usted que cumplen con el horario de trabajo establecido?	X		X		X		
2. ¿Usted cree que la empresa cumple con el salario por el desempeño de sus actividades?	X		X		X		
3. ¿La empresa realiza capacitaciones para un buen desempeño laboral?	X		X		X		
4. ¿La empresa entrega “premios” por su buen desempeño laboral?	X		X		X		
5. ¿Considera que recibe un reconocimiento a su buen desempeño?	X		X		X		

6. ¿Considera que la empresa reconoce mi esfuerzo y dedicación?	X		X		X		
Dimensión 2 : Innovar (ideas, métodos, procedimientos)							
7. ¿La empresa respeta las ideas realizada por los colaboradores?	X		X		X		
8. ¿Su jefe propone a los colaboradores métodos de trabajo para el logro de los objetivos de la empresa?	X		X		X		
9. ¿Considera que la empresa cumple con las normas de procedimiento que pone en riesgo su seguridad en el trabajo?	X		X		X		
10. ¿La empresa cumple con el proceso de proteger el bienestar en la salud del trabajador?	X		X		X		

Items correspondientes al instrumento 2: Variable Atención al cliente

No de Ítem	Validez de contenido		Validez de Constructo		Validez de criterio		Observaciones
	Ítem corresponde a alguna dimensión de a la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar al sujetas en las categorías establecidas.		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Servicio (satisfacer)							
1. ¿Usted se siente satisfecho con la atención brindada por el trabajador?	X		X		X		
2. - ¿Se encuentra satisfecho por el pago del producto o servicio brindado?	X		X		X		
3. - ¿Usted está satisfecho con nuestros productos o servicios brindados?	X		X		X		
4.- ¿Usted considera que la empresa satisface sus expectativas a la hora de consumir nuestro producto?	X		X		X		

Dimensión 2 : Satisfacción (sensación)							
5. ¿La empresa te genera una sensación de confianza, para adquirir nuestros productos o servicios?	X		X		X		
6. ¿Usted tiene la sensación que la empresa brinda productos de calidad?	X		X		X		
7. ¿Usted siente que la atención brindada cumple con su sensación de agrado como cliente?	X		X		X		
Dimensión 3: Interacción (Impresión)							
8. ¿Usted tiene la impresión que los empleados están siempre dispuestos a ayudar a los clientes?	X		X		X		
9. ¿Tiene la impresión que los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes?	X		X		X		
10. ¿Considera que los empleados de la empresa son siempre amables con los clientes?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. **Apellidos y Nombres:** Morillo Campos Yuly Yolanda
- 1.2. **Grado Académico:** Magister en Gestión Pública
- 1.3. **Profesión:** Licenciada en Administración
- 1.4. **Institución donde labora:** Universidad Católica los Ángeles de Chimbote
- 1.5. **Cargo que desempeña:** Docente
- 1.6. **Denominación del instrumento:** Cuestionario
- 1.7. **Autor del instrumento:** Sakamoto López Norio
- 1.8. **Carrera:** Administración

II. VALIDACION:

Ítems correspondientes al instrumento 1: Variable Motivación Laboral

No de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El Ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Incentivos (cumplimiento, premiación, reconocimientos)							
1. ¿Considera usted que cumplen con el horario de trabajo establecido?	X		X		X		
2. ¿Usted cree que la empresa cumple con el salario por el desempeño de sus actividades?	X		X		X		
3. ¿La empresa realiza capacitaciones para un buen desempeño laboral?	X		X		X		
4. ¿La empresa entrega “premios” por su buen desempeño laboral?	X		X		X		
5. ¿Considera que recibe un reconocimiento a su buen desempeño?	X		X		X		

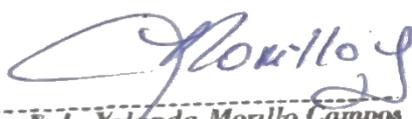
6. ¿Considera que la empresa reconoce mi esfuerzo y dedicación?	X		X		X		
Dimensión 2: Innovar (ideas, métodos, procedimientos)							
7. ¿La empresa respeta las ideas realizadas por los colaboradores?	X		X		X		
8. ¿Su jefe propone a los colaboradores métodos de trabajo para el logro de los objetivos de la empresa?	X		X		X		
9. ¿Considera que la empresa cumple con las normas de procedimiento que pone en riesgo su seguridad en el trabajo?	X		X		X		
10. ¿La empresa cumple con el proceso de proteger el bienestar en la salud del trabajador?	X		X		X		

Ítems correspondientes al instrumento 2: Variable Atención al cliente

No de Ítem	Validez de contenido		Validez de Constructo		Validez de criterio		Observaciones
	Ítem corresponde a alguna dimensión de a la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a las sujetas en las categorías establecidas.		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Servicio (satisfacer)							
1. ¿Usted se siente satisfecho con la atención brindada por el trabajador?	X		X		X		
2. - ¿Se encuentra satisfecho por el pago del producto o servicio brindado?	X		X		X		
3. - ¿Usted está satisfecho con nuestros productos o servicios brindados?	X		X		X		
4.- ¿Usted considera que la empresa satisface sus expectativas	X		X		X		

a la hora de consumir nuestro producto?	X		X		X		
Dimensión 2 : Satisfacción (sensación)							
5. ¿La empresa te genera una sensación de confianza, para adquirir nuestros productos o servicios?	X		X		X		
6. ¿Usted tiene la sensación que la empresa brinda productos de calidad?	X		X		X		
7. ¿Usted siente que la atención brindada cumple con su sensación de agrado como cliente?	X		X		X		
Dimensión 3: Interacción (Impresión)							
8. ¿Usted tiene la impresión que los empleados están siempre dispuestos a ayudar a los clientes?	X		X		X		
9. ¿Tiene la impresión que los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes?	X		X		X		
10. ¿Considera que los empleados de la empresa son siempre amables con los clientes?	X		X		X		

Otras observaciones generales:


 Mg. Yuly Yolanda Morillo Campos
 LICENCIADA EN ADMINISTRACION
 CLAD N° 01359

DNI N° 33263862

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres: Limo Vásquez Miguel Ángel

1.2. Grado Académico: Magister

1.3. Profesión: Licenciado en Administración

1.4. Institución donde labora: ULADECH

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6 Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Sakamoto López Norio

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACION:

Ítems correspondientes al instrumento 1: Variable Motivación Laboral

No de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El Ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Incentivos (cumplimiento, premiación, reconocimientos)							
1. ¿Considera usted que cumplen con el horario de trabajo establecido?	X		X		X		
2. ¿Usted cree que la empresa cumple con el salario por el desempeño de sus actividades?	X		X		X		
3. ¿La empresa realiza capacitaciones para un buen desempeño laboral?	X		X		X		
4. ¿La empresa entrega “premios” por su buen desempeño laboral?	X		X		X		

5. ¿Considera que recibe un reconocimiento a su buen desempeño?	X		X		X		
6. ¿Considera que la empresa reconoce mi esfuerzo y dedicación?	X		X		X		
Dimensión 2: Innovar (ideas, métodos, procedimientos)							
7. ¿La empresa respeta las ideas realizadas por los colaboradores?	X		X		X		
8. ¿Su jefe propone a los colaboradores métodos de trabajo para el logro de los objetivos de la empresa?	X		X		X		
9. ¿Considera que la empresa cumple con las normas de procedimiento que pone en riesgo su seguridad en el trabajo?	X		X		X		
10. ¿La empresa cumple con el proceso de proteger el bienestar en la salud del trabajador?	X		X		X		

Ítems correspondientes al instrumento 2: Variable Atención al cliente

No de Ítem	Validez de contenido		Validez de Constructo		Validez de criterio		Observaciones
	Ítem corresponde a alguna dimensión de a la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a las sujetas en las categorías establecidas.		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Servicio (satisfacer)							
1. ¿Usted se siente satisfecho con la atención brindada por el trabajador?	X		X		X		
2. - ¿Se encuentra satisfecho por el pago del producto o servicio brindado?	X		X		X		
3. - ¿Usted está satisfecho con nuestros productos o servicios brindados?	X		X		X		
4.- ¿Usted considera que la empresa satisface sus expectativas	X		X		X		

a la hora de consumir nuestro producto?	X		X		X		
Dimensión 2: Satisfacción (sensación)							
5. ¿La empresa te genera una sensación de confianza, para adquirir nuestros productos o servicios?	X		X		X		
6. ¿Usted tiene la sensación que la empresa brinda productos de calidad?	X		X		X		
7. ¿Usted siente que la atención brindada cumple con su sensación de agrado como cliente?	X		X		X		
Dimensión 3: Interacción (Impresión)							
8. ¿Usted tiene la impresión que los empleados están siempre dispuestos a ayudar a los clientes?	X		X		X		
9. ¿Tiene la impresión que los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido a sus clientes?	X		X		X		
10. ¿Considera que los empleados de la empresa son siempre amables con los clientes?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Limo Vásquez Miguel Ángel

DNI N° 18215927

CLAD N° 04926

Anexo 8: Hoja de tabulación

Características para incentivar a los trabajadores en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Continua...

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Considera que cumplen con el horario de trabajo establecido	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIII	6	11.30
	Algunas veces	IIIIIIIIII IIII	23	43.40
	Casi siempre	IIIIIIIIII IIII	19	35.80
	Siempre	IIII	5	9.50
	Total	53	53	100.00
Cree que la empresa cumple con el salario por el desempeño de sus actividades	Nunca	I	1	1.80
	Muy pocas veces	IIIIIIII	11	20.80
	Algunas veces	IIIIIIIIII IIII	22	41.50
	Casi siempre	IIIIIIIIII I	16	30.20
	Siempre	III	3	5.70
	Total	53	53	100.00
La empresa realiza capacitaciones para un buen desempeño laboral	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII	15	28.30
	Algunas veces	IIIIIIIIII IIII	22	41.50
	Casi siempre	IIIIIIIIII	14	26.40
	Siempre	II	2	3.80
	Total	53	53	100.00
La empresa entrega "premios" por su buen desempeño laboral	Nunca	III	3	5.60
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII II	18	34.00
	Algunas veces	IIIIIIIIII II	17	32.10
	Casi siempre	IIIIIIIIII	13	24.50
	Siempre	II	2	3.80
	Total	53	53	100.00
Recibe un reconocimiento a su buen desempeño	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII	13	24.50
	Algunas veces	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	27	51.00

Características para incentivar a los trabajadores en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Concluye...

Considera que la empresa reconoce mi esfuerzo y dedicación	Casi siempre	IIIIIIIIII	12	22.70
	Siempre	I	1	1.80
	Total	53	0	100.00
	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII IIII	20	37.70
	Algunas veces	IIIIIIIIII III	18	34.00
	Casi siempre	IIIIIIIIII	13	24.50
	Siempre	II	2	3.80
	Total	53	53	100.00

Características de innovación en la motivación laboral de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
La empresa respeta las ideas realizada por los colaboradores	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII	12	22.60
	Algunas veces	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	26	49.10
	Casi siempre	IIIIIIIIII	13	24.50
	Siempre	II	2	3.80
	Total	53	53	100.00
Su jefe propone a los colaboradores métodos de trabajo para el logro de los objetivos	Nunca	-	0	00.00
	Muy pocas veces	IIIIIIIIIIIIIIII	17	32.10
	Algunas veces	IIIIIIIIIIIIIIII	19	35.80
	Casi siempre	IIIIIIIIIIII	14	26.40
	Siempre	III	3	5.70
	Total	53	53	100.00
La empresa cumple con las normas de procedimiento que pone en riesgo su seguridad en el trabajo.	Nunca	-	0	100.00
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII	11	20.80
	Algunas veces	IIIIIIIIIIII IIII	21	39.60
	Casi siempre	IIIIIIIIIIII III	19	35.80
	Siempre	II	2	3.80
	Total	53	53	100.00

Continua...

Características de innovación en la motivación laboral de las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Concluye...

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
La empresa cumple con el proceso de proteger el bienestar en la salud del trabajador	Nunca	-	0	00.00
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII	13	24.50
	Algunas veces	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	24	45.30
	Casi siempre	IIIIIIIIII	13	24.50
	Siempre	III	3	5.70
	Total		53	53

Características del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Usted se siente satisfecho con la atención brindada por el trabajador	Nunca	II	2	0.50
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII	174	45.30
	Algunas veces	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	63	16.50
	Casi siempre	IIIIIIIIII	98	25.50
	Siempre	IIIIIIIIII	47	12.20
	Total		384	384
Se encuentra satisfecho por el pago del producto o servicio brindado	Nunca	II	2	0.50
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII	101	26.30
	Algunas veces	IIIIIIIIII	160	41.70
	Casi siempre	IIIIIIIIII	77	20.00
	Siempre	IIIIIIIIII	44	11.50
	Total		384	384
Usted está satisfecho con nuestros productos o servicios brindados	Nunca	I	1	0.20
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII	50	13.00
	Algunas veces	IIIIIIIIII	79	20.60
	Casi siempre	IIIIIIIIII	215	56.00
	Siempre	IIIIIIIIII	39	10.20
	Total		384	384
Considera que la empresa satisface sus expectativas a la hora de consumir nuestro producto	Nunca	I	1	0.20
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII	94	24.50
	Algunas veces	IIIIIIIIII	180	46.90
	Casi siempre	IIIIIIIIII	80	20.80
	Siempre	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	29	7.60
	Total		384	384

Características de la satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
La empresa te genera una sensación de confianza, para nuestros productos o servicios	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII	48	12.50
	Algunas veces	IIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	65	16.90
	Casi siempre	IIIIIIIIIIIIIIIIII	227	59.10
	Siempre	IIIIIIIIIIIIIIII	44	11.50
	Total	384	384	100.00
Tiene la sensación que la empresa brinda productos de calidad	Nunca	-	0	00.00
	Muy pocas veces	IIIIIIIIIIIIIIII	29	7.60
	Algunas veces	IIIIIIIIIIIIIIIIII	59	15.40
	Casi siempre	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIII	248	64.50
	Siempre	IIIIIIIIIIIIIIIIII	48	12.50
	Total	384	384	100.00
Siente que la atención brindada cumple con su sensación de agrado	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	210	54.70
	Algunas veces	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	73	19.00
	Casi siempre	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	68	17.70
	Siempre	IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	33	8.60
	Total	384	384	100.00

Características de la interacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro pollerías del distrito de Nuevo Chimbote, 2021

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Tiene la impresión que los empleados están siempre dispuestos a ayudarlo	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	210	54.70
	Algunas veces	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	87	22.70
	Casi siempre	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	56	14.60
	Siempre	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	31	8.00
	Total	384	384	100.00
Tiene la impresión que los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido	Nunca	III	3	0.80
	Muy pocas veces	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	218	56.80
	Algunas veces	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	84	21.90
	Casi siempre	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	47	12.20
	Siempre	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	32	8.30
	Total	384	384	100.00
Considera que los empleados de la empresa son siempre amables	Nunca	I	1	0.20
	Muy pocas veces	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	214	55.90
	Algunas veces	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	88	23.00
	Casi siempre	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	32	8.40
	Siempre	IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIIIIIIIIIII	49	12.50
	Total	384	384	100.00

Anexo 9

Figuras

1. Características para incentivar a los trabajadores en las micro y pequeñas empresas

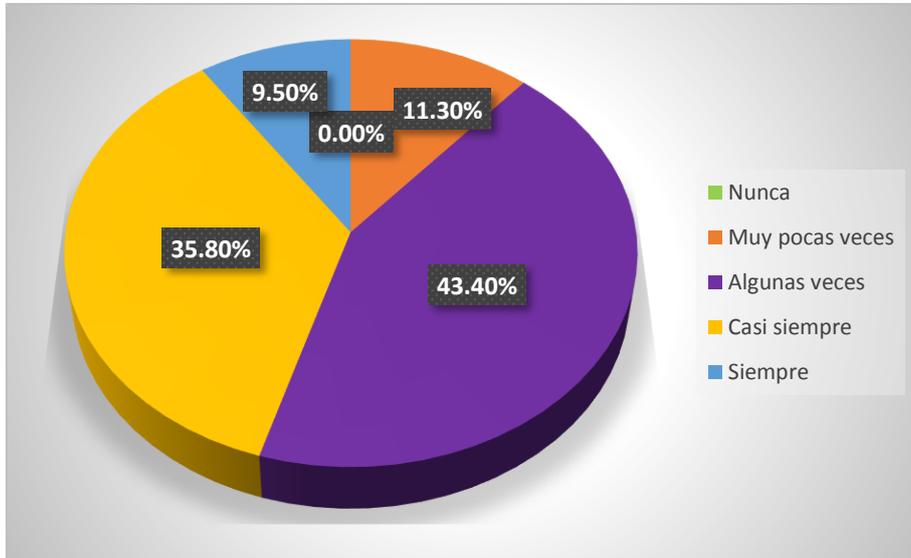


Figura 1. Considera usted que cumplen con el horario establecido

Fuente. Tabla 1

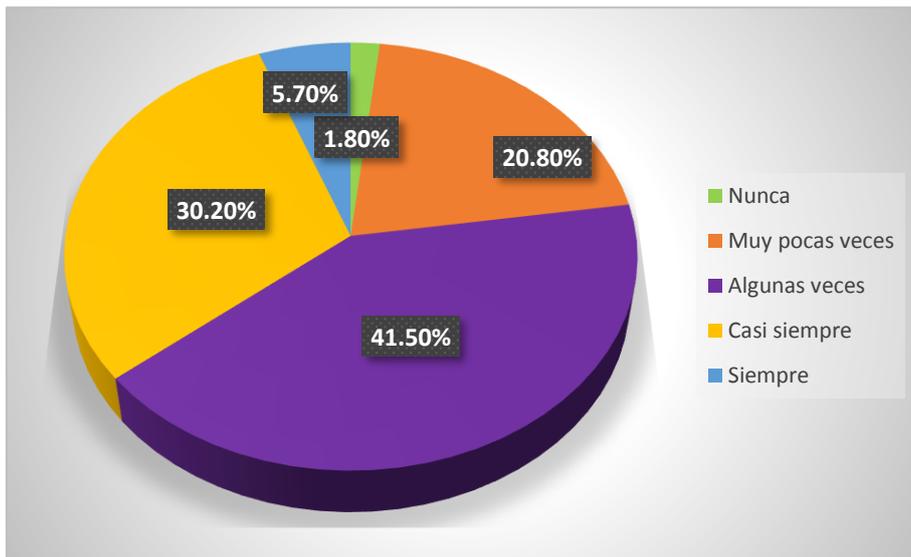


Figura 2. Cree que la empresa cumple con el salario por su desempeño

Fuente. Tabla 1

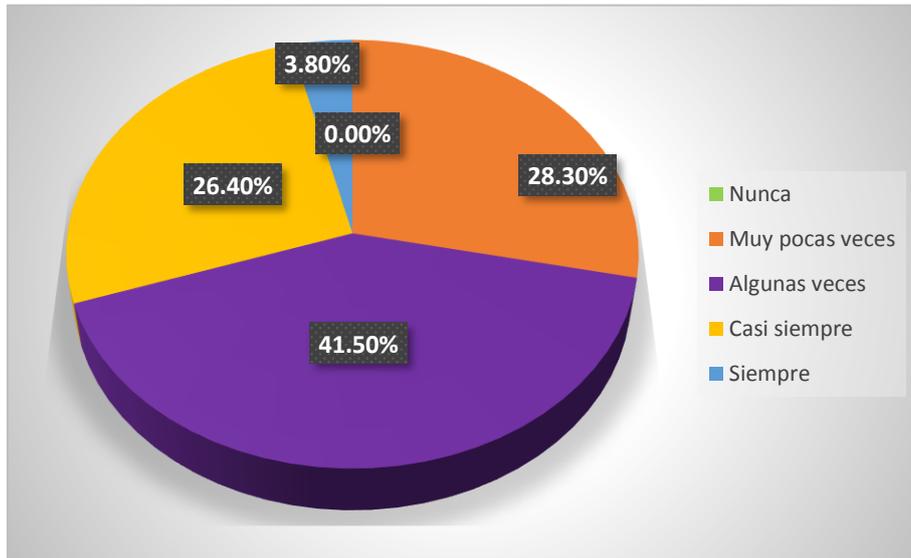


Figura 3. La empresa realiza capacitaciones para un buen desempeño laboral

Fuente. Tabla 1

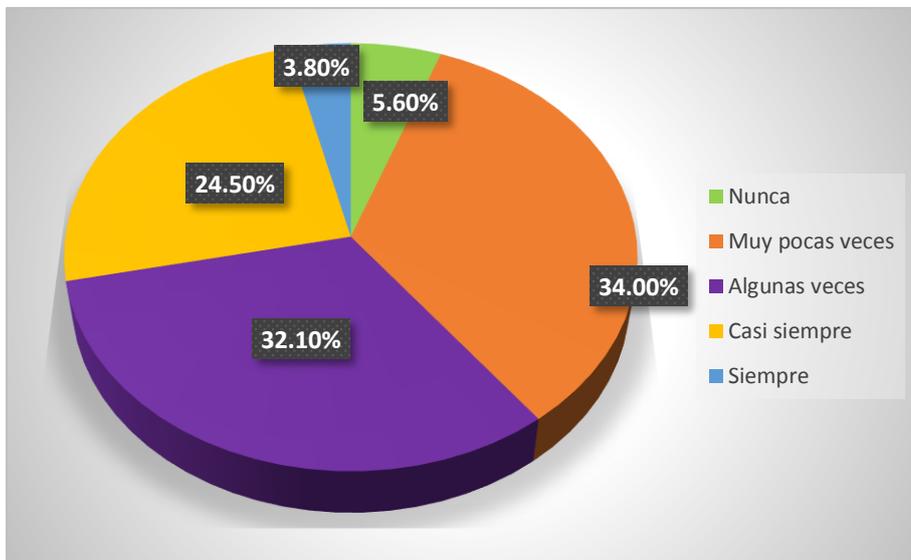


Figura 4. La empresa entrega “premios” por su buen desempeño laboral

Fuente. Tabla 1

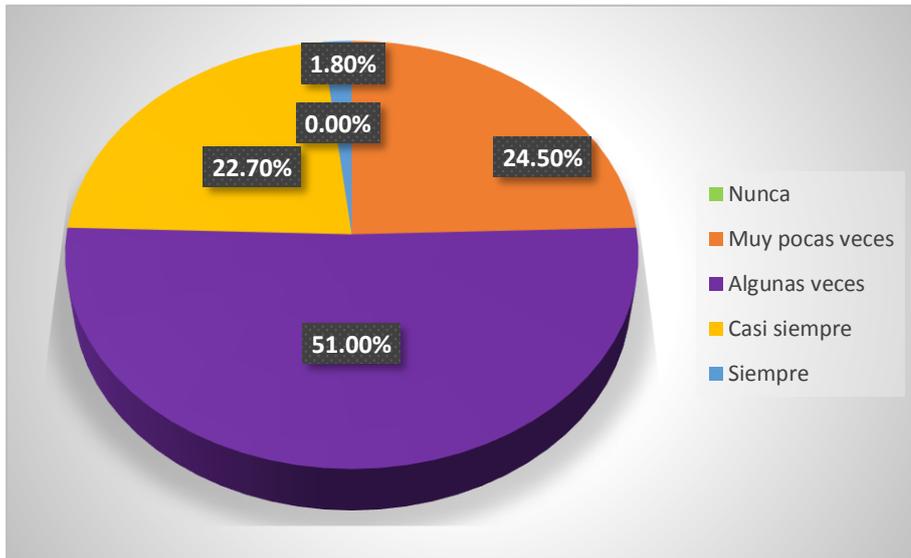


Figura 5. Considera que recibe un reconocimiento a su buen desempeño

Fuente. Tabla 1

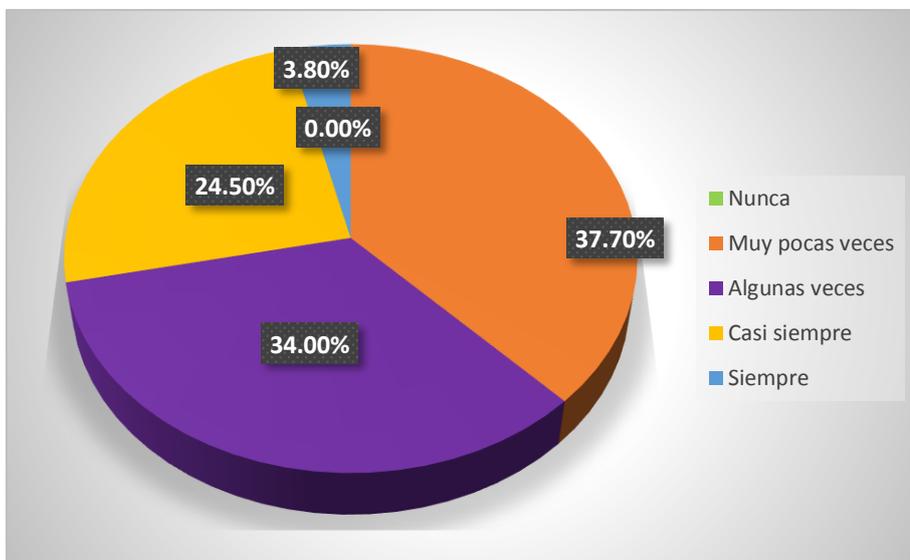


Figura 6. Considera que la empresa reconoce mi esfuerzo y dedicación

Fuente. Tabla 1

Características de innovación en la motivación laboral de las micro y pequeñas empresas.

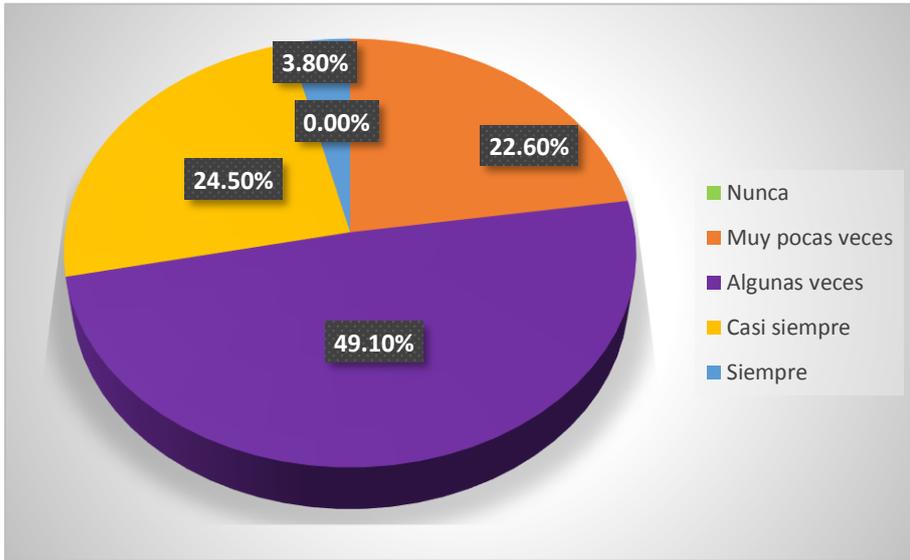


Figura 7. La empresa respeta las ideas realizada por los colaboradores

Fuente. Tabla 2

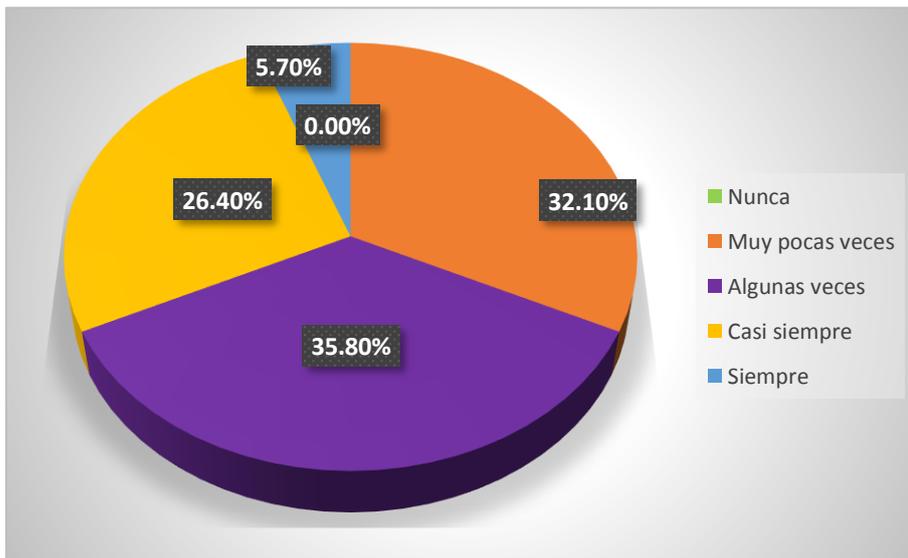


Figura 8. Su jefe propone a los colaboradores métodos de trabajo

Fuente. Tabla 2

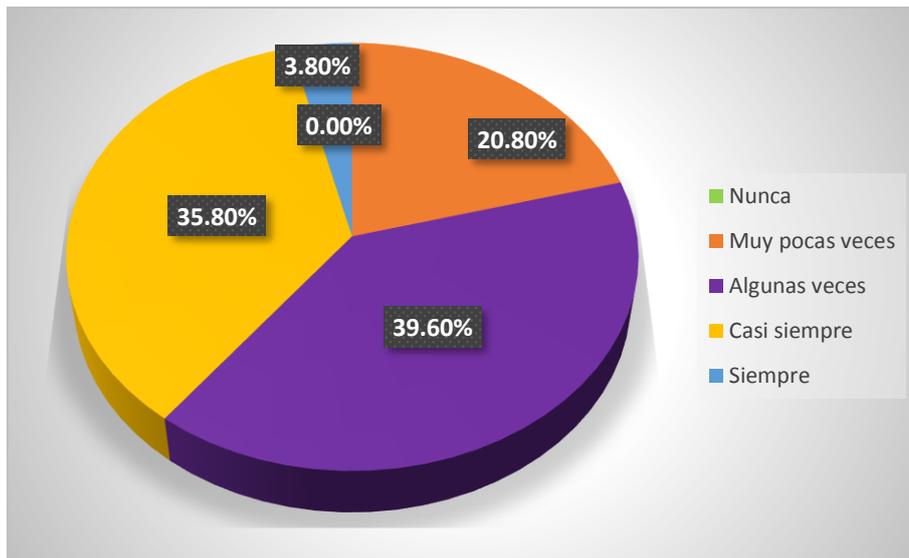


Figura 9. La empresa cumple con las normas de procedimiento que pone en riesgo su seguridad en el trabajo.

Fuente. Tabla 2

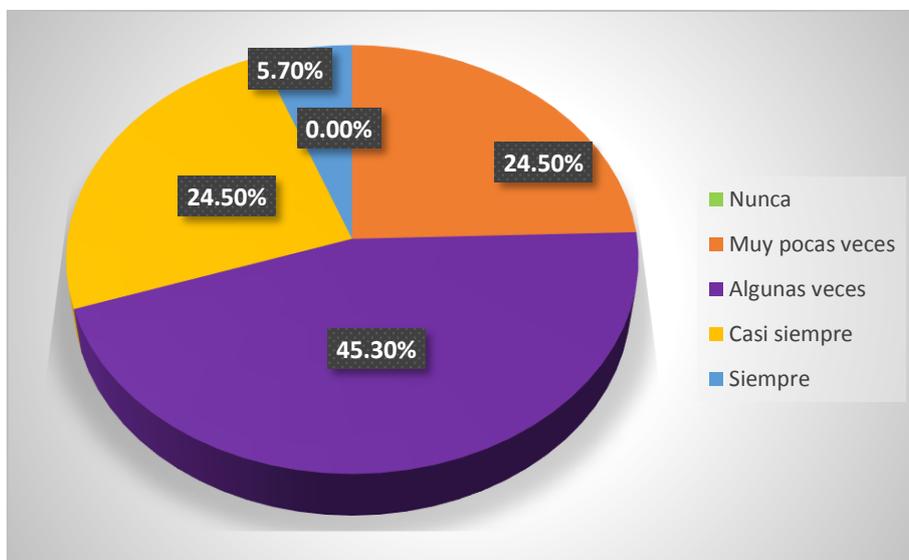


Figura 10. La empresa cumple con el proceso de proteger el bienestar en la salud del trabajador.

Fuente. Tabla 2

Características del servicio al cliente en las micro y pequeñas empresas

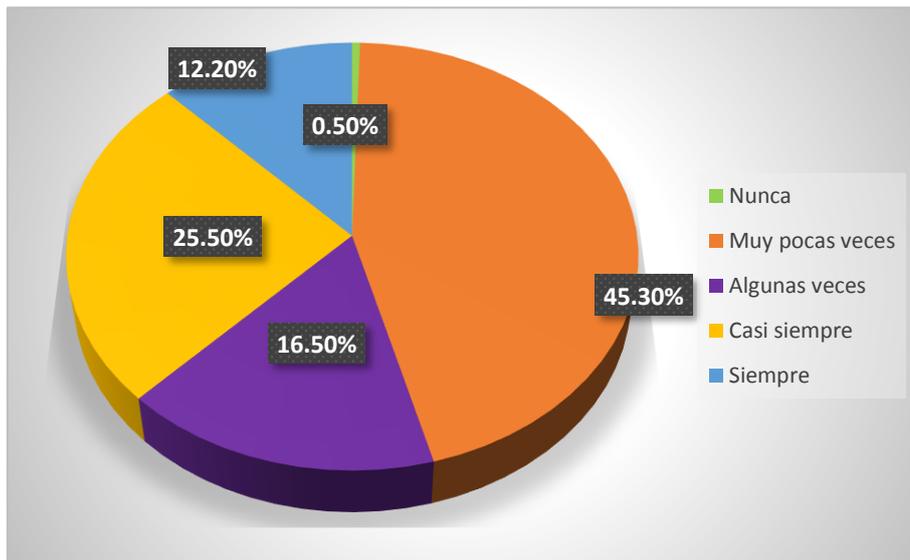


Figura 11. Usted se siente satisfecho con la atención brindada por el trabajador

Fuente. Tabla 3

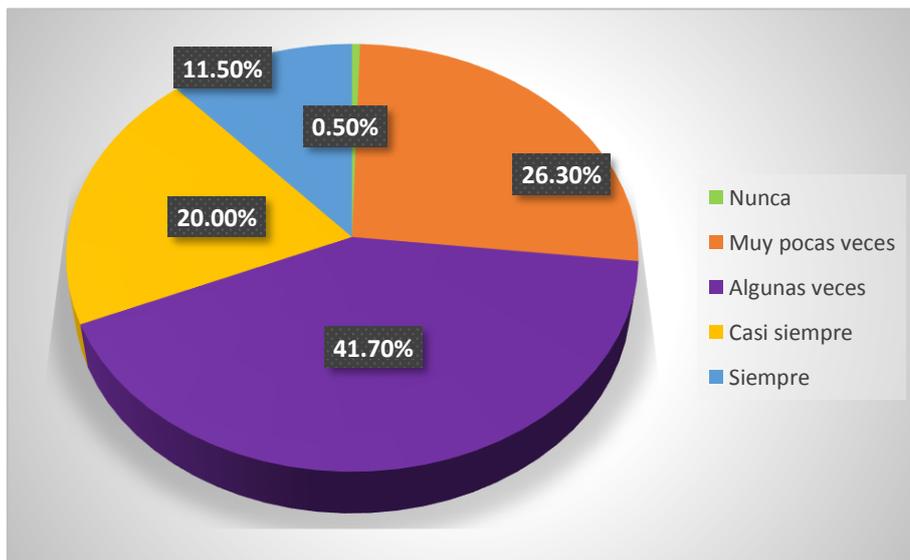


Figura 12. Se encuentra satisfecho por el pago del producto o servicio

Fuente. Tabla 3

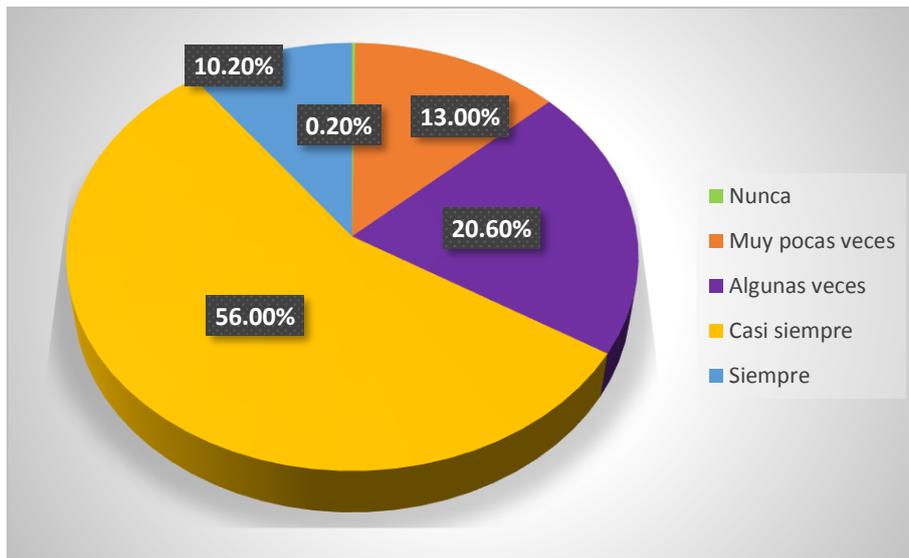


Figura 13. Usted está satisfecho con nuestros productos o servicios

Fuente. Tabla 3

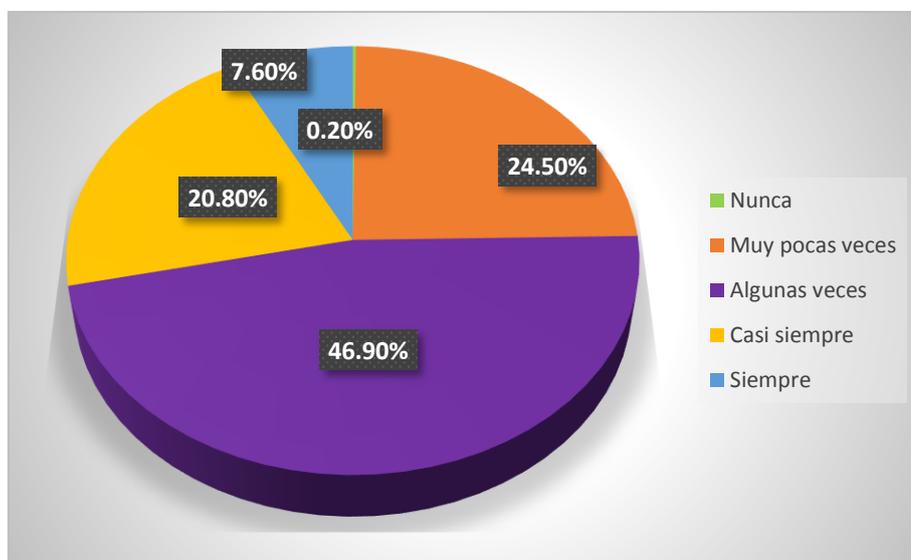


Figura 14. Considera que la empresa satisface sus expectativas a la hora de consumir nuestro producto.

Fuente. Tabla 3

Características de la satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas

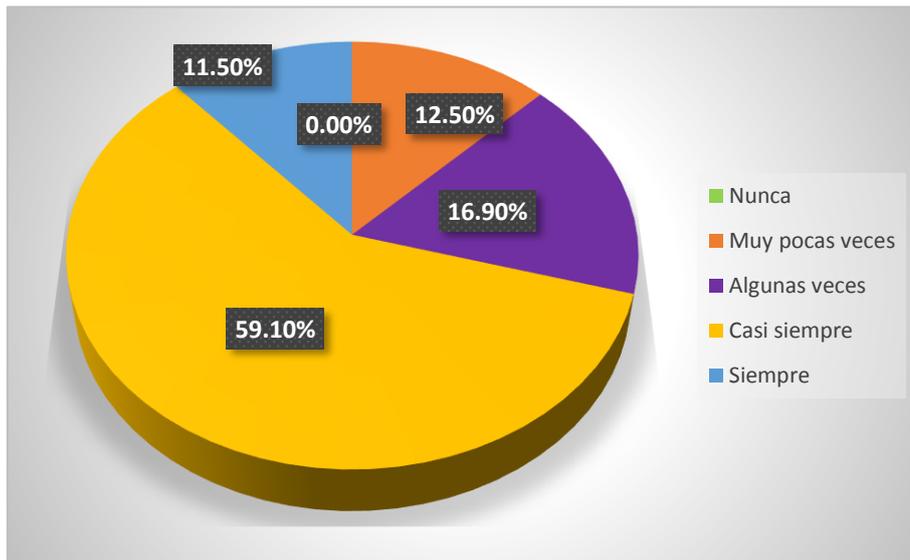


Figura 15. La empresa te genera una sensación de confianza para adquirir nuestros productos o servicios

Fuente. Tabla 4

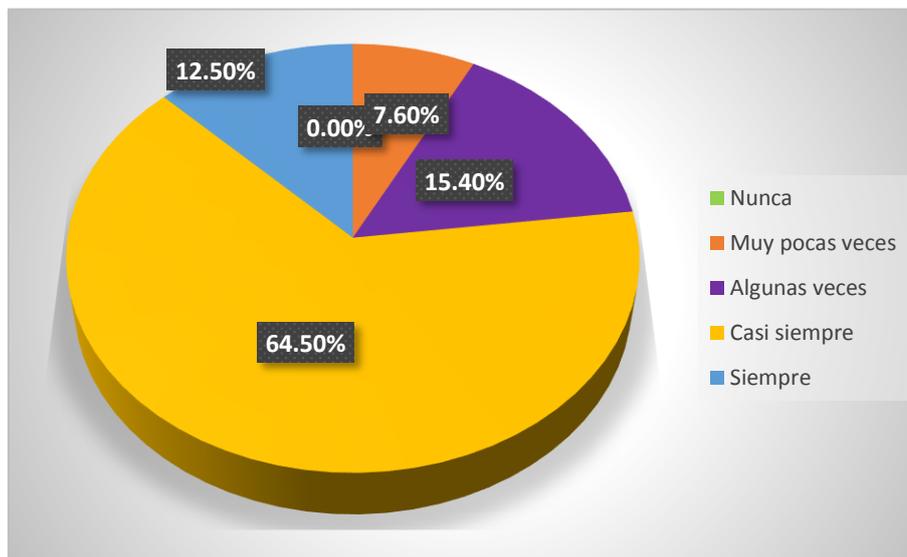


Figura 16. Tiene la sensación que la empresa brinda productos de calidad

Fuente. Tabla 4

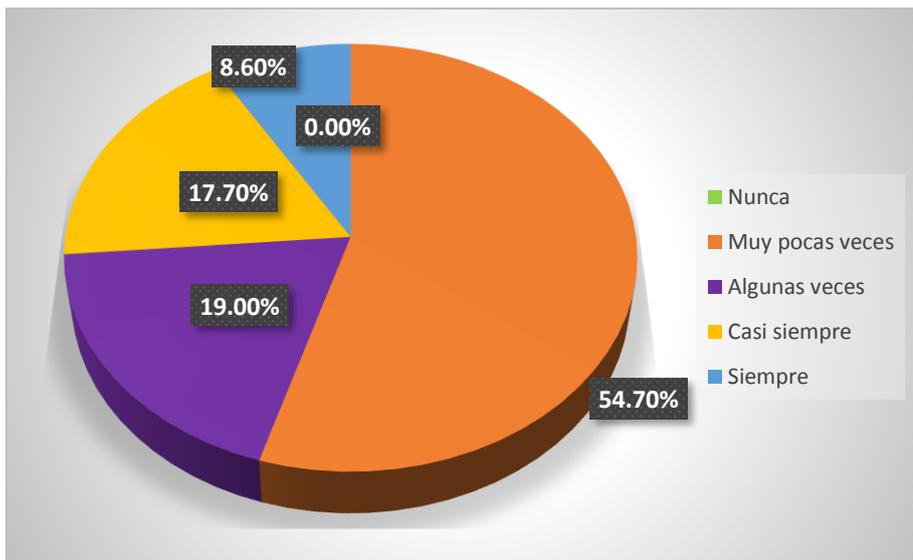


Figura 17. Siente que la atención brindada cumple con su sensación de agrado como cliente

Fuente. Tabla 4

Características de la interacción al cliente en las micro y pequeñas empresas

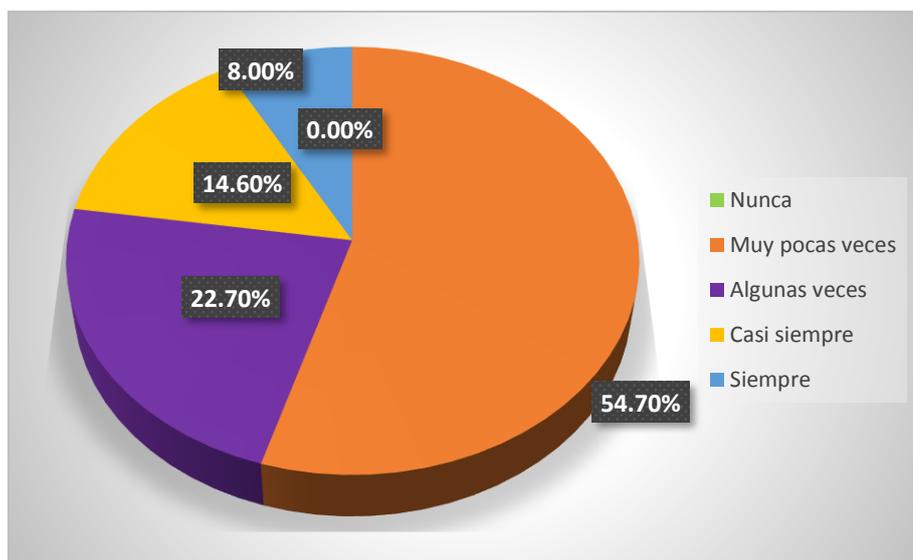


Figura 18. Tiene la impresión que los empleados están siempre dispuestos a ayudar a los clientes.

Fuente. Tabla 5

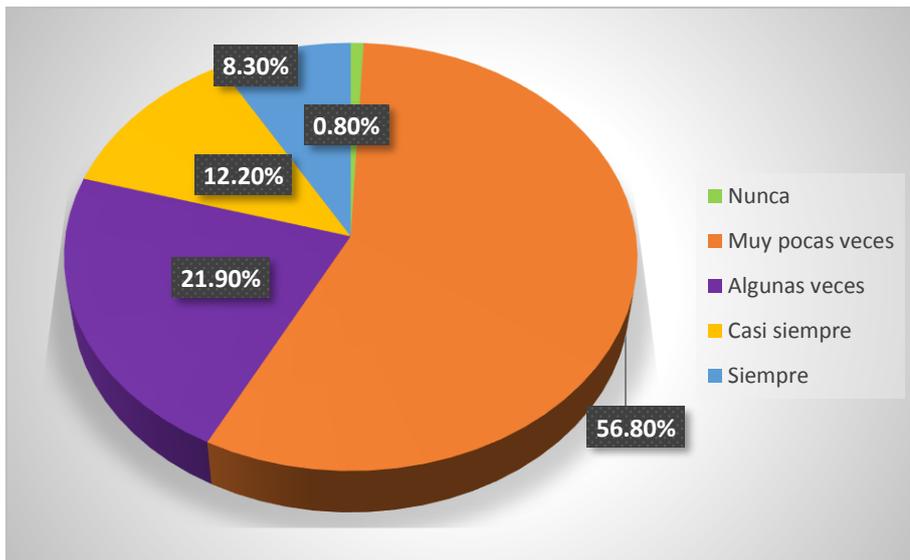


Figura 19. Tiene la impresión que los empleados de la empresa ofrecen un servicio rápido.

Fuente. Tabla 5

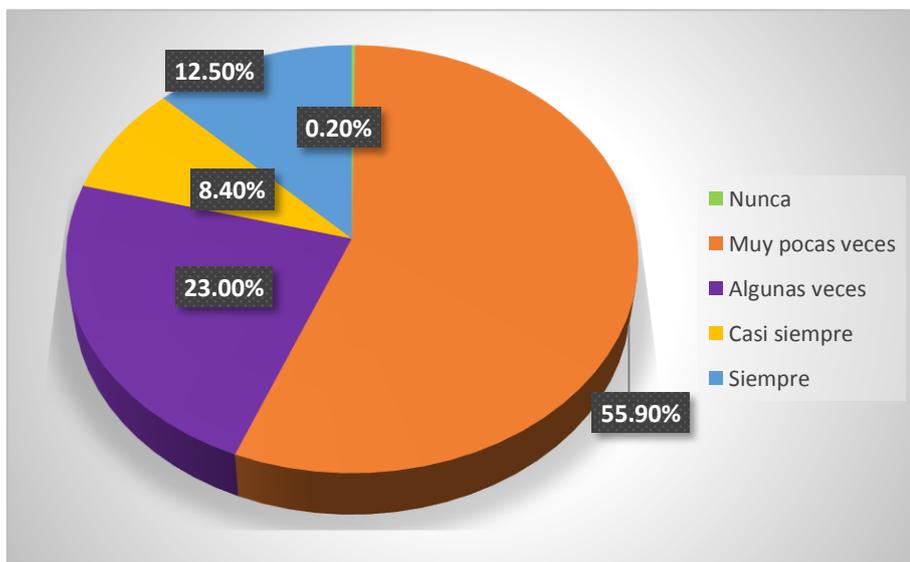


Figura 20. Considera que los empleados de la empresa son siempre amables

Fuente. Tabla 5