



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 LA MICROEMPRESA
BOTICA PHARMACENTRAL DEL DISTRITO DE
PACHACAMAC, 2022.

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

ROJAS ORE, KAROL

ORCID: 0000-0001-9878-8219

ASESOR

MGTR. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE - PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Rojas Oré, Karol

ORCID: 0000-0001-9878-8219

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado, Chimbote,
Perú

ASESOR

Mgtr. Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias e Ingeniería,
Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgtr. León Vigo Maritza

ORCID: 0000-0002-1003-0372

Mgtr. Patiño Niño Victor Helio

ORCID: 0000-0002-4660-9490

Mgtr. Limo Vásquez Miguel Ángel

ORCID: 0000-0002-7575-3571

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. León Vigo, Maritza
ORCID: 0000-00032177-5676
Presidente

Mgtr. Patiño Niño, Víctor Helio
ORCID: 0000-0002-8491-0751
Miembro

Mgtr. Limo Vásquez, Miguel Ángel
ORCID: 0000-0003-1132-2243
Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia
ORCID: 0000-0001-9618-6177
Asesor

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, doy gracias a Dios por darme la vida, salud y la fortaleza de concluir satisfactoriamente mis estudios y metas personales.

A mis Padres por el inmenso amor brindado en el transcurso de mi vida y mis estudios, me apoyaron, me incentivaron, motivaron para mi desarrollo profesional.

A mis educadores, por darme una correcta formación académica a lo largo de mi carrera, por todos sus conocimientos compartidos.

La autora.

DEDICATORIA

El presente trabajo en primer lugar lo dedico a Dios, sobre todo a mis Padres y a todos mis familiares por el apoyo incondicional en todo este camino como estudiante y futuro profesional.

La autora.

RESUMEN

El estudio surge a partir de que en la empresa farmacéutica Botica Pharmacentral, reflejan problemas de la atención al cliente se deben a que el propietario no tiene conocimientos de cómo administrar de manera adecuada la empresa, para tal fin de planteo como objetivo: Establecer una propuesta de mejora de la motivación laboral y atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. La metodología de investigación corresponde a un diseño no experimental transversal, para nuestra investigación se tomó una muestra intencionada no probabilística de tipo censal en tal sentido se trabajó con 7 colaboradores. La técnica para el análisis de la investigación fue la encuesta, y como instrumento se utilizó un cuestionario codificado en una escala de Likert con el que se obtuvo el siguiente resultado que muy pocas veces un 71.40% de colaboradores manifiestan sentirse seguros en su puesto de trabajo, el 85.70% afirma que muy pocas veces la empresa cubre un seguro de vida y el 71.40% de ellos manifiestan que muy pocas veces la empresa se preocupa por su integridad física. Se concluyó con el establecimiento de acuerdo a los resultados obtenidos una propuesta adecuada que fue medida en un primer momento para determinar deficiencias que luego fueron evaluados para presentar propuestas para mitigarlas consolidadas en la propuesta de mejora estructurada en un plan para poder ser ejecutada.

Palabras Clave: Motivación laboral, atención al cliente.

ABSTRACT

The study arises from the fact that in the pharmaceutical company Botica Pharmacentral, reflect problems of customer service are due to the fact that the owner has no knowledge of how to properly manage the company, for this purpose I propose as an objective: To establish a proposal to improve work motivation and customer service in the microenterprise Botica Pharmacentral in the district of Pachacamac, 2022. The research methodology, descriptive level and non-experimental cross-sectional design, for our research we took a non-probabilistic purposive sample of census type in that sense we worked with 7 collaborators. The technique for the analysis of the research was the survey, and a questionnaire coded on a Likert scale was used as an instrument, with which the following result was obtained: 71.40% of the collaborators very rarely say that they feel safe in their work place, 85.70% say that the company very rarely covers life insurance and 71.40% of them say that the company very rarely worries about their physical integrity. It was concluded with the establishment, according to the results obtained, of an adequate proposal that was first measured to determine deficiencies that were then evaluated to present proposals to mitigate them consolidated in the improvement proposal structured in a plan to be executed.

Key words: Work motivation, customer service.

INDICE

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de Trabajo.....	ii
3. Hoja de firma de jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria)	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tabla y figuras	x
I. INTRODUCCIÓN	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	11
III. HIPÓTESIS	48
IV. METODOLOGÍA.....	49
4.1 Diseño de la investigación	49
4.2 Población y muestra	51
4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores	53
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	56
4.5 Plan de análisis	56
4.5 Matriz de consistencia.....	58
4.7 Principios éticos	60
V. RESULTADOS.....	62
5.1 Resultados	62
5.2 Análisis de resultados	72
VI. CONCLUSIONES	80
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	82

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	96
ANEXOS	102
Anexo 1: Cronograma de actividades	102
Anexo 2: Presupuesto	103
Anexo 3: Consentimiento informado.....	105
Anexo 4: Validación de instrumento	108
Anexo 5: Hoja de tabulación	119
Anexo 6: Figuras de resultados.....	119

INDICE DE TABLAS

Tabla 1: Características de la seguridad de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.....	62
Tabla 2: Características de la pertenencia de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.	63
Tabla 3: Características del reconocimiento de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.	64
Tabla 4: Características de los elementos tangibles de la atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.	65
Tabla 5: Características de la empatía de la atención al cliente en en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.....	66
Tabla 6: Características de la fiabilidad de la atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.....	67
Tabla 7: Propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral y atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.	68

INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Se siente seguro en su puesto de trabajo	122
Figura 2: En la empresa que labora le cubre un seguro de vida y la de su familia..	122
Figura 3: La empresa se preocupa por su seguridad física	123
Figura 4: La empresa está comprometida con desarrollar actividades de compañerismo	123
Figura 5: Cree usted que en su área realizan un trabajo en equipos fomentando la amistad	124
Figura 6: Su jefe directo es amical con usted	124
Figura 7: Los directivos de la empresa tienen cercanía con el personal operativo..	125
Figura 8: La empresa respeta sus opiniones para mejorar su desempeño	125
Figura 9: La empresa premia su éxito reconociendo al personal.....	126
Figura 10: Se siente satisfecho con los incentivos brindados por la empresa	126
Figura 11: La empresa cuenta con las instalaciones adecuadas.....	127
Figura 12: Los equipos son adecuados para el desempeño de su labor	127
Figura 13: El personal de la empresa cuenta con el correcto uniforme	128
Figura 14: El trato del personal es amable.....	128
Figura 15: Con respecto al área de recepción el personal es alegre	129
Figura 16: El área de atención brinda la atención afectiva y de calidad.....	129
Figura 17: El área de atención de atención se esfuerza por brindar un servicio de calidad	130
Figura 18: Los servicios brindados por la empresa es rápido y puntual	130
Figura 19: Los servicios que le ofrece la empresa es con dedicación y responsabilidad	131

Figura 20: El personal de la empresa está bien capacitado para resolver sus
interrogantes..... 131

I. INTRODUCCIÓN

Las micro y pequeñas empresas (MYPES) asumen una parte importante en la economía, tanto en nuestra nación como en el mundo. En el Perú, en el año 2020, las MYPES constituían un porcentaje considerable sobre la estructura empresarial y representaban un porcentaje moderado de la Población Económica Activa, según la Encuesta Nacional de Hogares (Enaho). En ese mismo año, debido a las medidas de confinamiento para el libre desarrollo de las organizaciones, como consecuencia al COVID-19, la cantidad de mypes disminuyó en a la mitad respecto al 2019.

En estas condiciones, es vital mencionar las limitaciones que sufrían las MYPES en todo el mundo y cómo se hizo para sostener el área durante la emergencia sanitaria en que azotaba el mundo. En este evento, se identificaron los factores relacionados con el círculo económico de las empresas, ya que el Banco Mundial expresa que éste es uno de los principales obstáculos para el desarrollo de las organizaciones en los sectores empresariales en desarrollo y en la creación de economías. Por lo tanto, la condición y creación de las Mype a nivel mundial recae sobre el emprendimiento de las personas con visión de superación de sí mismos que formalizan sus propios negocios, con los cuales mejoran el PBI de sus países, generando así nuevos empleos y movimiento económico.

La microempresa Compañía de Inversiones BPC EIRL, con razón social Boticas Pharmacentral, ubicado en el distrito de Pachacamac, Lima, rubro comercio, se dedica a la comercialización de medicamentos y perfumería; mencionar que en los últimos 3 años, el propietario viene recolectando opiniones, sugerencias, sobre la atención que reciben los clientes; asimismo de forma

mensual ha venido realizando reuniones con sus colaboradores con la finalidad de encontrar la forma de incrementar las ventas, debido a que el mercado del sector farmacéutico es liderado por el grupo Inkafarma – Mifarma.

Actualmente los problemas de motivación laboral y atención al cliente se debe a que el propietario no tiene conocimientos administrativos, lo lleva en base a la experiencia de sus familiares y amistades donde su única finalidad fue la rotación de sus productos, descuidando por completo el talento humano que tiene a mando, los mismos que han reflejado poco compromiso con la microempresa, cabe resaltar que el intelecto profesional no basta para alcanzar la clave del éxito, ahora los clientes exigen una buena atención y trato amable del personal técnico, que no basta con vender un producto sino ganar una experiencia dentro del establecimiento; en vista que el personal técnico no maneja ningún tipo de manual de atención al cliente, le dificulta a los colaboradores desenvolver un óptimo trabajo.

Las consecuencias que traerán los problemas identificados se verá reflejado en el rendimiento profesional ya que al no contar con profesionales comprometidos, motivados; mostrarán un trato apático a los clientes, por ende; estos optarán comprar en otros establecimientos farmacéuticos generando rechazo en una próxima compra e influyendo de forma negativa en los demás ciudadanos del distrito en base a la no recomendación, generando que el ingreso de la microempresa disminuya, por lo tanto tiempo después quiebre.

El mundo farmacéutico es un mercado competitivo y rentable, el mismo que puede convertirse en un problema para la permanencia en el mercado; en ese sentido, en base a lo expuesto en el párrafo anterior, y conociendo la necesidad

del propietario, se desarrolló el presente trabajo, donde las posibles soluciones es proponer estrategias en la atención al cliente que estén alineadas en los estándares de calidad, como son talleres e implementación de un manual de atención al cliente, por otro lado, en la motivación laboral se plantea el reconocimiento mensual del colaborador destacado, comisiones en venta de productos plus, motivándolos a seguir cumpliendo los objetivos empresariales el mismo que permitirá el compromiso, lealtad, productividad dando como resultado el impacto de aceptación y fidelización de nuevos clientes a favor del sector comercio rubro venta de productos farmacéuticos Botica Pharmacentral.

La condición que permite los cambios sociales, financieros y ecológicos, dentro del área de la farmacéutica rastreamos la necesidad de rediseñar los fundamentos de la consideración de las administraciones, siendo todo igual, esta necesidad se encuentra dentro y fuera de cualquier asociación, el mayor componente del cambio administrativo está totalmente atento a mejorar la motivación del trabajo e incrementar la naturaleza de la atención.

Cada cliente decepcionado muestra su falta de compromiso y poca obligación de servir a los demás, las farmacias no son ajenas a la baja calidad de la administración ya que una gran parte de ellos la utilizan para avanzar y estar contentos con la consideración dada hacia al cliente, ya la consideración de la calidad no se estimaba y no se consideraba, había organizaciones que trabajaban sin control y como todo iba bien no lo consideraban significativo, comparativamente ocurre lo mismo con la motivación de trabajo.

Peña y Villón, (2018) refieren que a nivel internacional es crítico hacer referencia a que ahora mismo las organizaciones ponen bastante dinero para

motivar al personal para hacer el progreso de la organización, desatendiendo las necesidades de los trabajadores, el mayor desliz que ejecutan las organizaciones ya que mandan al garete todo el emprendimiento que hicieron.

Hasmi y Asaari (2019) mencionan que la motivación y el premio son significativos para la asociación, esto puede ser utilizado para coordinar al personal hacia el cumplimiento de los objetivos de la asociación. Cumplir e impulsar a los representantes efectivos ampliará su eficiencia. Esto añadirá de manera indirecta para dar atención a la cliente personalizada a través de una organización.

Por medio de test de liderazgo, se demuestra que la inspiración laboral depende de elementos internos y externos (Correa, Bolívar y Pérez, 2016). De igual manera, la satisfacción tiene como resultado la administración del valor, por lo que conocer el entusiasmo de los clientes en correspondencia con la calidad de la asistencia que reciben es vital en el cumplimiento del ciclo de la calidad por parte de las organizaciones (Palacios, Félix y Ormaza, 2016).

Universalmente, el desarrollo de la globalización del mercado se ha expandido ampliamente en las diferentes áreas financieras. El área de negocios no es prorrateada a esta variedad, de alguna manera el desarrollo incrementa la rivalidad entre las asociaciones, lo significativo es vencer en la consideración y dar una naturaleza superior de administración como el cliente lo solicita cada vez más (Mosquera, 2018). La calidad de la administración es una necesidad seria que tiene el efecto (Guerrero, 2014).

Actualmente las organizaciones han tendido a que el logro de la creación sea por una buena atención al cliente, se debe considerar que la naturaleza de la

administración es un dispositivo esencial para las organizaciones ya que es crítico separar de la seriedad. (Morocho y Burgos 2018), según Saad (2018) las organizaciones llevarán a cabo una administración corporativa para llegar a sus objetivos financieros y no monetarios, para obtener el resultado han seleccionado en impulsar a los trabajadores ya que de esta manera se obtendrá el logro. Existen diferentes exámenes que expresan que la calidad tiene una carga sustancial restringida en la razonabilidad moderna. (Guzmán y Parra 2017) En la evaluación jerárquica se realiza un examen de los problemas de ejecución que efectivamente dará críticas y hará propuestas de mejora constante, con este sistema se obtendrán las consecuencias de la evaluación. (Kurniawan, 2019)

Se sostiene que para medir imparcialmente la motivación se debe terminar a través de pruebas o estudios, de esta manera se podrá averiguar qué nivel de motivación tiene un compañero y en consecuencia tenerla en cuenta para ofrecer fuerzas motivadoras (Restrepo y Valencia, 2014).

Respecto a los problemas sobre la variable motivación laboral podemos detallar el problema en sus escenarios siguientes:

Desde la metodología internacional Bohórquez, Pérez, Caiche y Benavides (2020) plantean que en esta época las asociaciones deben tener como vital mantener la capacidad humana motivado, vista como el principal capital para su compromiso en dar giro y eficiencia. Por ello, el objetivo fundamental es desglosar la motivación laboral y ejecución laboral que es factor principal para el buen desempeño de los trabajadores del GAD Municipal del cantón Salinas.

En el ámbito nacional según Astete, (2014) líder del Comité de Recursos Humanos de la Cámara Americana de Comercio en el Perú, se evalúa que 4 de

cada 5 organizaciones designan activos para motivar a sus trabajadores, esta cifra descubre la trascendencia que ha logrado para las asociaciones, aun las medidas de emprendimiento distribuidas para este objeto son sumamente bajas y no muchas organizaciones han optado por realizar estas estrategias de manera sustentada.

Como punto de referencia al tema local, según Casana y Carhuancho (2019) en el Perú, es normal encontrar organizaciones que piensen en lo monetario como una variable motivadora, y esto es consistente. No obstante, a pesar de otro sistema, los trabajadores no se sienten realizados; esto se debe a que la inspiración laboral va más allá del componente financiero. En consecuencia, es importante indicar que los jefes de las organizaciones deben prestar toda su atención a la motivación de sus trabajadores.

A nivel de local dentro de la empresa farmacéutica Botica Pharmacentral, se debe mencionar encontramos que el empresario no tiene conocimiento alguno de mantener motivados a los trabajadores no permitiendo actividades en las que el empleado se sienta en confianza y por ende comprometido con el trabajo que desempeña.

Respecto a los problemas sobre la variable atención al cliente podemos detallar el problema en sus escenarios siguientes:

Piedrahita y Lacouture (2012) señala que en el mundo la atención al cliente es totalmente básico para que un negocio tenga éxito. Tanto si se trata de una empresa en miniatura como de una empresa privada, debe garantizar que su atención al cliente sea de la mayor calidad, ya que sin clientes satisfechos que vuelvan, hay una mínima posibilidad de que su negocio se haga efectivo. ¿Qué tal

si echamos un vistazo a la importancia de la atención al cliente en cifras? Además, el 96% de los compradores en general creen que la atención al cliente es un cálculo importante de su imagen.

Según Ochoa (2018) en el entorno nacional, todo el proceso de atención al cliente es una pieza imprescindible para conseguir que el cliente vuelva a hacer una compra o a utilizar una ayuda. En cualquier caso, se pierde hasta el final del tiempo. Así se desprende del último informe de Relevancia de la Calidad del Servicio 2018, dirigido por Global Research Marketing (GRM), autorizado por JL Consultants. Es así que el 67% de los encuestados ha demostrado que no volvería asumiendo que tiene una terrible percepción de ayuda, mientras que el 60% solicita el libro de protestas.

Por otra parte, en Lima Pretell (2019) se especifica que los emprendimientos empresariales se están expandiendo consistentemente, en todo caso, las desventajas que buscan estas empresas privadas son variadas, entre ellas tenemos, que los propietarios no tienen la habilidad adecuada para manejar sus organizaciones, de igual manera no hay trabajo dotado, y en su mayoría la atención al cliente que se da es errónea. Por la zona de Magdalena del Mar, Provincia de Lima, se puede observar que los propietarios no tienen una administración de gran calidad en ese marco, ya que el profesorado que controla no tiene las habilidades adecuadas en cuanto a correspondencia, confianza y respuestas competentes para resolver las quejas y preguntas de los clientes.

A nivel de local dentro de la empresa farmacéutica Botica Pharmacentral, se debe mencionar que, en los últimos 3 años, el propietario viene recolectando opiniones, sugerencias, sobre la atención que reciben los clientes; asimismo de

forma mensual ha venido realizando reuniones con sus colaboradores con la finalidad de encontrar la forma de incrementar las ventas. Actualmente los problemas de la atención al cliente se deben a que el propietario no tiene conocimientos de cómo administrar de manera adecuada la empresa, lo lleva en base a la experiencia propias, familiares y amistades, donde su única finalidad es la rotación de sus productos, descuidando por completo el talento humano los mismos que han reflejado poco compromiso con la microempresa.

Por lo tanto, se plantea la siguiente pregunta de investigación ¿Cuál es la propuesta de mejora de la motivación laboral y atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022? Para tal problema el siguiente objetivo: Establecer una propuesta de mejora de la motivación laboral y atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Y los siguientes objetivos específicos: Determinar las características de la seguridad de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. Describir las características de la pertenencia de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. Definir las características del reconocimiento de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. Describir las características de los elementos tangibles de la atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. Definir las características de la empatía de la atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. Describir las características de la fiabilidad de la atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. Elaborar una propuesta

de un plan de mejora de la motivación laboral y atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Este informe de investigación se justificó porque tiene la finalidad de proponer alternativas de solución al representante legal o también denominado propietario,

Se justifica de acuerdo a su relevancia teórica porque cumplió con determinar las teorías de la motivación laboral y la atención al cliente, respecto a sus deficiencias estructura y comportamiento lo que permita entender y conocer de sus limitaciones posibles soluciones. De acuerdo a su relevancia practica se justifica porque permitió ofrecer conocimientos y a determinar acerca de motivación laboral y la atención al cliente como herramienta para promover y desarrollar a la organización y permitirse asegurar la sostenibilidad de las empresas en el tiempo. De acuerdo a su relevancia social la investigación permitió conocer de cerca las cuestiones que expresan los colaboradores de las boticas, su desempeño frente a la contribución con la sociedad y sobre todo el aporte como empresa. De acuerdo a su relevancia metodológica nos sirvió como punto de referencia para futuras investigaciones relacionadas con motivación laboral y la atención al cliente aplicadas al rubro venta de productos farmacéuticos y que pueda tomarse como antecedente ante futuras comparaciones.

Respecto a la metodología la presente investigación fue de tipo cuantitativo en el que se analizó los datos numéricos y cuantificables, se plateó una investigación descriptiva y de diseño de investigación transversal no experimental. La población se tomó a todos los empleados de la empresa botica Pharmacentral, para nuestra investigación se tomó una muestra intencionada no probabilística de tipo censal en tal sentido se trabajó con 7 colaboradores. La técnica para el análisis

de la investigación fue la encuesta, y como instrumento se utilizó un cuestionario codificado en una escala de Likert que consta de 10 preguntas para cada variable. La investigación se rigió de acuerdo a las directrices del código de ética propuesto por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

En el resultado podemos encontrar que muy pocas veces un 71.40% de colaboradores manifiestan sentirse seguros en su puesto de trabajo, el 85.70% afirma que muy pocas veces la empresa cubre un seguro de vida y el 71.40% de ellos manifiestan que muy pocas veces la empresa se preocupa por su integridad física estableciéndose así el resultado respecto a la seguridad en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Se concluyó con el establecimiento de acuerdo a los resultados obtenidos una propuesta adecuada que fue medida en un primer momento para determinar deficiencias que luego fueron evaluados para presentar propuestas para mitigarlas consolidadas en la propuesta de mejora estructurada en un plan para poder ser ejecutada

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes Internacionales

García & Arvelo (2021) en su investigación *Clima organizacional y motivación laboral como insumos para planes de mejora institucional*, tuvo como objetivo el de hacer un diagnóstico situacional basado en los docentes de la carrera de Ingeniería Civil de la Universidad Técnica de Manabí, mediante una investigación de campo, con enfoque cuantitativo y muestreo censal, para la aplicación de un cuestionario cuyos resultados fueron analizados bajo la técnica de semaforización; se determinaron dimensiones como clima organizacional referido a lo externo del trabajador y la motivación laboral referido a lo interno. Los resultados muestran que hay deficiencias asociadas al clima organizacional, pero que estas no influyen en la motivación de los trabajadores. Se concluye que los diagnósticos realizados a las organizaciones deben servir de insumos para la elaboración de planes de mejora que se centren en los aspectos desfavorables encontrados. Se recomienda que estos planes se constituyan en acciones inmediatas, a corto, mediano, y largo plazo según los resultados y que se mantengan incluso aquellos aspectos encontrados en estado óptimo.

Guirado (2019) en su investigación *Estudio sobre la motivación laboral: una aplicación de la Teoría de la expectativa de Vroom*, tuvo como objetivo estudiar las principales teorías que tratan la motivación laboral y se realiza una aplicación de la Teoría de la expectativa de Vroom (1964). Para construir un modelo de investigación sobre esta teoría, utilizando una investigación de tipo

cualitativa, nivel descriptivo, diseño no experimental, la técnica fue la encuesta y el instrumento una guía de entrevista, en primer lugar, se efectuó un recorrido histórico, desde la filosofía clásica hasta la psicología, para, una vez definido el concepto de motivación, identificar, desde el punto de vista de la psicología del trabajo y del comportamiento organizacional, las teorías más influyentes, resultado de casi tres cuartos de siglo de investigación, resumiendo su progreso alrededor de una taxonomía centrada en la comprensión del “por qué”, el “cómo”, el “qué” y el “dónde y cuándo” de la motivación laboral. De entre todas las formulaciones examinadas, la Teoría de la expectativa de Victor Vroom o Teoría VIE (valencia-instrumentalidad-expectativa) proporciona una comprensión del proceso de la motivación de los trabajadores que es aplicable a entornos organizacionales reales.

López & Alejandro (2019) en su tesis *Diseño de instrumento para medir motivación laboral y compromiso organizacional en personal operativo de SIDUE*, tuvo como objetivo diseñar un instrumento para medir motivación laboral y compromiso organizacional en personal operativo de SIDUE. Trabajo con una población de 40 empleados y su muestra fue censal es decir trabajó con el total de la población. El instrumento resultante es un cuestionario validado y confiable, integrado por seis campos para el registro de datos demográficos y por 18 ítems para medir las variables en escala Likert con valores del 1 al 5 con el que obtuvo el siguiente resultado que el intervalo de confianza con el cual se obtuvo el alfa de Cronbach en cada una de las pruebas de fiabilidad es de 95%. En la dimensión compromiso afectivo el resultado del alfa con los cinco elementos propuestos inicialmente fue de 689 y, de acuerdo

a la tabla “Estadísticos total-elemento”, no fue posible incrementarlo mediante la eliminación de elementos; sin embargo, con el propósito de atender sugerencias de especialistas en la materia. Se concluyó con el diseño de un cuestionario el cual se encuentra listo para medir las variables motivación laboral y compromiso organizacional en el personal operativo de la SIDUE y determinar si estas se correlación entre sí.

Nolazco, Bustamante, Moreno & Carhuancho (2021) en su tesis *Motivación laboral en una empresa de servicios de Lima, Perú*, tuvo como objetivo diagnosticar y determinar factores predominantes de la motivación laboral en los trabajadores de una empresa de servicios en Lima. El estudio se basó en un enfoque mixto, sintagma holístico, nivel comprensivo, método inductivo-deductivo, la técnica fue la encuesta y entrevista apoyada de guía de entrevista, unidades informantes fueron treinta entre trabajadores y ex trabajadores y tres entrevistados. Los resultados evidencian desmotivación respecto a reconocimientos, bonos de incentivos, recompensas, pero adicionales al salario y al aspecto de autonomía. En tanto manifestaron sentirse motivados con la cooperación entre áreas; la afiliación con los dueños, la marca y la interrelación con los colegas generando un ambiente de confianza. Concluyendo que se consideran como factores predominantes la flexibilidad de horario, el feedback, integración, el fomento de investigación y apertura a nuevas formas de solución de problemas.

Posso (2022) en su tesis *Motivación laboral y su incidencia en la rotación del personal en la compañía azucarera Valdez SA en el año 2021*, tuvo como objetivo Determinar cómo influye la rotación del personal sobre la motivación laboral de los trabajadores en la compañía azucarera “Valdez S.A”. Trabajo con una población de 280 trabajadores y una muestra de 160, su metodología fue de enfoque mixto cuantitativa y cualitativa, de nivel descriptivo y diseño no experimental, su técnica fue la encuesta y su instrumento un cuestionario con el que se obtuvo el siguiente resultado que existen factores extrínsecos que influyen en la motivación laboral. El ambiente laboral, así como las condiciones para el bienestar del personal requieren de mayor interés por parte de la compañía. En las tres áreas analizadas por medio de la entrevista, se obtiene como resultado la diferencia de condiciones en cada área. Concluye que los factores que inciden en la motivación laboral, según lo observado mediante la fundamentación teórica y la aplicación de la encuesta, ocurren en la empresa principalmente de forma extrínseca. Factores como el horario de trabajo, la comunicación y el ambiente laboral indicaron influir considerablemente en el estado emocional de los trabajadores, dando como consecuencia el origen de factores intrínsecos que afectan negativamente a la motivación.

Revuelto (2018) en su tesis *Un enfoque estratégico de la motivación laboral y la satisfacción laboral. Revista Perspectiva Empresarial*, tuvo como objetivo aplicar un enfoque estratégico de la motivación laboral y la satisfacción laboral, trabajó con una población de 10 empresas y una muestra censal, su metodología fue cualitativa, de nivel descriptivo y diseño no experimental, su técnica fue la encuesta y su instrumento una guía de entrevista con el que se obtuvo el siguiente resultado destacar el hecho de que mientras el nivel de compromiso

de los trabajadores con su empresa parece decrecer de manera peligrosa, aumenta el compromiso con la profesión, con la propia carrera profesional planteada cada vez más como una sucesión natural de empleos y empresas y que llego a la conclusión que el trabajo presenta la motivación como un proceso cuyo output fundamental es la sensación de satisfacción o insatisfacción con el trabajo, la actitud o el sentimiento que tiene, como ha demostrado insistentemente la literatura, consecuencias relevantes en otras variables: el compromiso organizativo, el comportamiento cooperativo, la calidad del trabajo realizado, y los niveles de absentismo y de rotación laboral.

Llangari y Mero (2019) en su tesis *Análisis del modelo de gestión de calidad total-excelencia en la mejora de los procesos de atención en la bodega en Tienda Industriales de la ciudad de Milagro. Caso Agencia No 2*, los objetivos que se plantearon en su investigación fueron establecer el modelo de gestión de calidad total-excelencia que favorezca a la mejora de los procesos de bodega en TIA II Milagro a través del análisis situacional de la sucursal. La metodología que utilizaron para su investigación fue de enfoque cualitativo, diseño descriptivo. Los resultados que obtuvieron en su investigación fueron respecto a los factores que van desde la carencia de un espacio adecuado para el almacenaje, la desorganización de las bodegas provocando la entrega de los productos a destiempo y un alto índice de errores en los pedidos por tienda para la venta al público. Las conclusiones de su investigación fueron que existe falencia en los procesos de calidad de atención, problemas relacionados con la demora del despacho y la desorganización de la misma. Para mejorar los

procesos de la bodega se debe implementar el ciclo de Deming, permitiendo mejorar los inconvenientes que se encontraron en la organización. Se puede decir que el ciclo Deming nos permite identificar una serie de situaciones negativas que incurren en la estrategia de logística.

Cardenas y Yessid (2019) en su tesis *Formulación de acciones de mejora del servicio de atención al cliente aplicando las normas ISO 9001:2015 e ISO 14001:2015 y el modelo serviqual del Banco Comercial sede Bogotá*, los objetivos que se plantearon en su investigación fueron formular de acciones de mejora en el área de atención al cliente aplicando las normas ISO 9001 E ISO 14000 y modelo de Bonita 7 en el banco Comercial sede Bogotá. La metodología que utilizaron para su investigación fue cuantitativa, con el nivel de investigación descriptivo, técnica utilizada fue la encuesta, con el instrumento de cuestionario, muestra 100 usuarios del Banco Continental de Colombia-sede Bogotá. Los resultados que obtuvieron en su investigación fueron respecto al factor tangible; el 6.24 % el personal establecido por el área del banco sea apto para orientar a los usuarios en la metodología de solución de peticiones, el 6.24 % las herramientas tecnológicas ofrecidas por banco comercial permiten desarrollar su proceso con normalidad, el 6.21 % considera usted que las instalaciones ofrecidas por el banco Comercial son las idóneas para desarrollar el proceso, el 6.04 % los colaboradores que prestan el servicio en comercial están vestido de forma pulcra. En factor fiabilidad; el 6.87 % el área de servicio al cliente garantiza fidelidad, lealtad y confianza a los usuarios del banco comercial, para aceptar los productos o servicio con veracidad y oportunidad, el 6.71 % en el lapso de tiempo que lleva como usuario del banco

comercial cuentas con la información necesaria sobre los otros servicios que ofrece, el 6.33 % cuando se tiene una inquietud sobre los productos 17 o servicio, en los correos informativos de banco comercial contestan a la mayor brevedad posible, el 6.26 % la oferta de los productos asignados da cobertura a la demanda de los usuarios del banco comercial, el 6.14 % cuándo se presentan falencias en el momento de la adquisición de un producto los colaboradores de banco comercial garantizan acompañamiento constante. Sus resultados son los fueron respecto a la capacidad de respuesta; el 6.71 % con qué frecuencia el servicio prestado por el banco comercial resuelve nuestras necesidades, el 6.46 % según los medios de pago para poder realizarlo mes a mes los tiempos para que suba el pago son apropiados, el 6.40 % cuándo la probabilidad de que los usuarios del banco comercial, se acerca más a no lograrse inscribir o manejar los productos. Las conclusiones de su investigación fueron, que se debe retroalimentar a cada uno de los colaboradores del servicio de atención al cliente en promesas de valor, valores y principios, para lograr criterios estratégicos con cumplimientos de metas en presente y a futuro. Debe proyectarse en temas de satisfacción al cliente, nos permite lograr niveles avanzados de productividad. Se requiere que los colaboradores del servicio de atención al usuario, cooperen, compartan de una manera sinérgica para lograr contribuir a los intereses internos y externos de la comunidad educativa.

Ibañez & Vargas (2020) en su tesis *desarrollo de un modelo para la mejora continua en la calidad de los servicios de atención al cliente de los cinemas de cine Colombia en Bogotá*, tuvo como objetivo desarrollo y análisis de un modelo para la mejora continua en la calidad de los servicios de atención al

cliente de los cinemas de cine Colombia. Su población fue 100 espectadores y la muestra de tipo censal, su metodología fue de tipo explicativa, nivel descriptivo y diseño no experimental, la técnica fue la encuesta y el instrumento de investigación fue el cuestionario del modelo SERVQUAL con el que se obtuvo el siguiente resultado que se observa que el desarrollo del modelo para la atención al cliente en cinemas surge efecto y mejoran la concurrencia y venta de entradas sustanciosamente. Concluyendo que la importancia que se le da actualmente a la calidad del servicio que se presta no solo para cautivar a los clientes si no a poder posicionar la empresa en un entorno con alta 96 competencia, es por eso por lo que es importante realizar un estudio de calidad que permite identificar puntos fuertes y débiles que presente actualmente el servicio.

Antecedentes nacionales

Puma (2020) en su investigación *La motivación laboral y el compromiso organizacional*, el presente trabajo de investigación tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre la motivación laboral y el compromiso organizacional de los trabajadores de la Corte Superior de Justicia de Madre de Dios. El enfoque de investigación fue cuantitativo, el diseño fue no experimental y el nivel correlacional. La muestra estuvo constituida por 80 trabajadores de la Corte Superior de Justicia de Madre de Dios, cantidad que fue obtenida mediante un muestreo probabilístico. Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron el Cuestionario de Motivación elaborado por Sulca y el Cuestionario de Compromiso Organizacional adaptado por Rivera. Los resultados hallados indican que existe una correlación positiva alta

entre la motivación laboral y el compromiso organizacional. El coeficiente de correlación rho de Spearman de es 0.759 con un p-valor inferior al nivel de significancia ($p=0.000<0.05$). Finalmente se concluye que mientras los trabajadores presenten altos niveles de motivación labora, su compromiso hacia la labor que realizan será mayor.

Lizana & Samamé (2021) en su investigación *Diseño de estrategias de motivación laboral para mejorar la productividad de los colaboradores de la empresa Caja Sullana SA, en el distrito de Olmos, 2019*, tuvo como como objetivo determinar el nivel de motivación laboral en los colaboradores de la empresa Caja Sullana S.A. Se utilizó una metodología descriptiva-correlacional. La población estuvo constituida por 30 colaboradores. La técnica fue la encuesta y el instrumento utilizado fue la Escala de Likert, Los resultados evidenciaron que el 80% de los colaboradores están conformes con la empresa en diferentes aspectos laborales, por lo que algunos de los colaboradores muestran su compromiso con la empresa y otros que están desconformes por la presión de su jefe que tienen que sobrepasar su meta empresarial establecida, en cuanto a su desarrollo personal, beneficios laborales y remunerativos que recibe, políticas administrativas, relaciones con otros miembros de la organización y relaciones con las autoridades, clientes, condiciones de ambientes y materiales facilitan su tarea y desempeño de tareas frente a su propio trabajo, se ubican en un nivel regular en motivación laboral, demostrando que los trabajadores están direccionados para afrontar y decidir acciones correctas en la solución de los diferentes problemas que encuentra en su trabajo bajo su propia responsabilidad; se observa que la motivación laboral

influye en la productividad de cada colaborador. Concluyendo que la satisfacción laboral dentro la organización y como éstas influyen en su productividad, dado que el resultado de la actitud y compromiso de cada colaborador se muestra en su trabajo, por lo tanto, es importante el desarrollo personal, ofrecer beneficios laborales y remunerativos ya que son herramientas básicas para que nuestros colaboradores se sientan satisfechos en la misma brindando confianza y compromiso en el desempeño de sus labores.

Rosas (2019) en su investigación titulada *Gestión del talento humano y motivación laboral: caso gobierno regional Pasco–2017*, tuvo como objetivo determinar la relación que existe entre Gestión del Talento Humano y Motivación Laboral según el personal del Gobierno Regional de Pasco. La investigación se encuentra dentro del enfoque cuantitativo, asimismo se empleó el método hipotético – deductivo de tipo básica y diseño no experimental de alcance correlacional, de corte transversal, que recogió información de un periodo específico, que se desarrolló al aplicar la técnica de la encuesta empleando el instrumento del cuestionario para ambas variables, que brindaron información acerca de las variables ya mencionadas, a través de sus distintas dimensiones cuyos resultados se presentan gráfica y textualmente. La población estuvo constituida por 144 trabajadores administrativos y la muestra fue de 105 trabajadores administrativos, La investigación concluye que existe relación directa y significativa entre la gestión del talento humano y la motivación laboral según personal del Gobierno Regional de Pasco, siendo el coeficiente de correlación Rho Spearman de 0.818, la cual demostró una alta relación entre variables.

Santillan (2021) en su tesis publicada de *Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutique de la ciudad de Huánuco, 2021*, los objetivos que se plantearon en su investigación fueron proponer la atención al cliente como factor relevante para la mejora de la sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio rubro boutique de la ciudad de Huánuco,2021. La metodología que utilizaron para su investigación fue de tipo cuantitativo, de diseño no experimental y de corte transversal. Los resultados que obtuvieron en su investigación fueron respecto a las características de los representantes de las Mypes, el 80% están entre 31 a 50 años, el 70% son mujeres, 80% tienen grado de instrucción de superior no universitario y 60% son dueños. Acerca de las características de las Mypes, el 70% tienen entre 0 a 3 años funcionando, el 100% cuentan con 1 a 5 empleados, el 70% no tiene vínculo familiar,80% ha constituido para generar ganancia, el 90% son constituidas como persona natural. la variable atención al cliente, elementos tangibles, la mayoría de las Mypes está totalmente de acuerdo, dimensión capacidad de respuesta, la mayoría de las Mypes está totalmente de acuerdo, dimensión empatía, la mayoría de las Mypes está de acuerdo el cual se puede mejorar, la variable sostenibilidad de los emprendimientos, dimensión valor ambiental, la mayoría de las Mypes está totalmente de acuerdo, dimensión económica, las Mypes está de acuerdo, dimensión valor social, las Mypes está totalmente de acuerdo. Las conclusiones de su investigación fueron, que se identificó los factores relevantes de la atención al cliente y sostenibilidad de emprendimientos ya que se pudo

observar que en algunas Mypes no se está aplicando la importancia de sostenibilidad.

Valdivieso (2019) en su tesis *Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Huaral, 201*, los objetivos que se plantearon en su investigación fueron proponer las mejoras de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en los micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del Distrito de Huaral, 2019. La metodología que utilizaron para su investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental, de corte transversal, se aplicó dos tipos de fuentes: Fuentes primarias y secundarias para así poder obtener los datos necesarios. Se tomó como muestra 11 Mypes de sector comercio, rubro ferretería del Distrito de Huaral, se les aplicó un cuestionario de 31 preguntas que tienen relación con las variables en investigación. Los resultados que obtuvieron en su investigación fueron respecto a los representantes de las Mypes se observa que el 100% de los encuestados, se distribuyen en el 18% corresponde a la edad que oscila entre 18 a 30 años, el 27% de los representantes legales tiene edad entre 31 a 50 años y el 55% oscilan en edad de 51 años, el 45% son del género femenino, mientras que el 55% son del género masculino, el 35% tienen grado de instrucción secundaria, mientras que el 18% tienen grado de instrucción superior no universitaria, siendo el 55% el que tiene grado de instrucción superior universitaria, el 82% es manejado por los dueños y 18% esta manejado por administradores, 36 % promueve la calidad de servicio a través de la

orientación a la satisfacción al cliente, encontrando en su mayoría que son los planes estratégicos que no presenta manuales para orientar a la satisfacción al cliente. Así mismo 18% casi siempre oferta productos con precios adecuados al mercado y 46 % aplica estándares de limpieza y mantenimiento en el local. Los procedimientos de atención de sus clientes, son a veces considerados en las actividades programadas por la empresa y están dando resultados favorables, en donde 55 % casi siempre absuelve las dudas a los clientes., teniendo muy poca la apreciación de reconocimiento de sus clientes el 36 %. Las conclusiones de su investigación fueron, que la falta de una guía para la mejora en atención al cliente y reforzar la variable sostenibilidad de emprendimiento en sus tres dimensiones social, económicas y ambiental.

Erazo (2019) en su tesis *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro bodegas de Urbanización Los Titanes, Piura año 2019*, los objetivos que se plantearon en su investigación fueron determinar las características que tiene la Gestión de Calidad y Atención al cliente en las MYPE, rubro bodegas en la Urbanización Los Titanes Piura, año 2019. La metodología que utilizaron para su investigación fue de enfoque cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Se aplicó una encuesta con preguntas cerradas para una muestra de 384 clientes. Los resultados que obtuvieron en su investigación fueron que el 93.23% manifestaron que los productos obtenidos satisfacen sus necesidades, el 93.49% manifestaron que las bodegas han tenido sus crecimientos en los últimos años, el 93.75% manifestaron que la atención es con respecto, el 94.27% manifestaron que le gustaría que la bodega brinde servicio de delivery. Las conclusiones de su

investigación fueron, que la fiabilidad de los productos permite satisfacer sus necesidades de los clientes, cumpliendo con las normas establecidas. Se puede decir, que la gestión de calidad, es una herramienta muy importante que interviene en el proceso de los productos.

Meza (2017) en su tesis *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las MYPES del sector comercio, rubro bodegas, Distrito de Satipo año*, los objetivos que se plantearon en su investigación fueron determinar y describir las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPES del sector comercio – rubro bodegas del Distrito de Satipo año 2017. La metodología que utilizaron para su investigación fue de enfoque cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental de corte transversal. Con una muestra de 50 MYPES, la técnica fue la encuesta y el instrumento que se aplicó un cuestionario de 26 preguntas cerradas. Los resultados que obtuvieron en su investigación fueron que el 80% desconocen sobre técnicas y herramientas de la gestión, el 100% de los representantes no ponen a sus trabajadores en planilla, el 90% 4 de los representantes brinda seguridad y una atención rápida. Las conclusiones de su investigación fueron, que las MYPES brindan una buena atención al cliente, pero aun así hay falencia por no aplicar las herramientas de gestión en las otras áreas. Concluyendo que la gestión de calidad es una herramienta muy importante que permiten a las empresas a planear, ejecutar y controlar las actividades de la empresa con el objetivo de contribuir al cumplimiento integral de las metas de las organizaciones.

Paez (2019) en su tesis *La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la pollería del distrito de Satipo 2019*, los objetivos que se plantearon en su investigación fueron determinar en qué medida la calidad del servicio influye en la satisfacción de los clientes de las pollerías del distrito de Satipo, 2019. La metodología que utilizaron para su investigación fue de tipo cuantitativo, de nivel descriptivo y diseño correlacional, el método empleado fue: El método general científico. La población estuvo constituida por 30 clientes del establecimiento pollería FREDD CHICKEN del distrito de Satipo, para medir el grado de correlación se utilizó a través del Excel y software estadístico SPSS V.24 pudiendo de esta manera determinar con el análisis del coeficiente r de Pearson. Los resultados que obtuvieron en su investigación fueron que el coeficiente $r=0.870$ que midió la relación entre la Calidad de servicio y Satisfacción del cliente. Concluyo que ambas variables se relacionan de manera positiva perfecta, pudiendo de esta manera. Las conclusiones de su investigación fueron, que la entidad logro satisfacer al cliente a través de la buena gestión de la calidad de servicio que se brinda al cliente en un 75.69%.

Roncal (2020) en su tesis publicada *Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa San Isidro Fial SRL Satipo, 2020*. Los objetivos que se plantearon en su investigación fueron determinar la relación entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa San Isidro Fial S.R.L Satipo, 2020. La metodología que utilizaron para su investigación fue de tipo correlacional, nivel cuantitativo y diseño no experimental correlacional. La población estuvo compuesta por 30 clientes las mismas que conforman la muestra censal, para la recolección de datos se utilizó

la técnica de la encuesta y un cuestionario de escala de Likert como instrumento. En consecuencia, los resultados que obtuvieron en su investigación fueron respecto a la Calidad de servicios que se sitúan un 93.33% de clientes que manifiestan que algunas veces la empresa aplica acciones de mejora en la atención al cliente buscando la excelencia y la satisfacción de sus consumidores. Del mismo modo respecto a la Satisfacción del cliente podemos observar un 93.33% de clientes que afirma la empresa casi siempre aplica acciones para satisfacer al cliente a través del servicio y el producto que ofrece asegurándose del rendimiento, calidad y cumplir las expectativas. Las conclusiones de su investigación fueron, que se pudo determinar de acuerdo al coeficiente hallado de $r=0.807$ que cuantificó la relación entre la calidad del servicio y satisfacción del cliente concluyendo que ambas Variables se relacionan de manera positiva perfecta representadas en un 65.12%.

Antecedentes Locales

Variable 1. Motivación laboral

Marin & Placencia (2017) en su investigación *Motivación y satisfacción laboral del personal de una organización de salud del sector privado*”. *Horizonte Médico*, tuvo como objetivo establecer la relación entre la motivación laboral y la satisfacción laboral del personal de Socios en Salud Sucursal Perú; asimismo, determinar el nivel de motivación laboral del personal según la Teoría Bifactorial de Frederick Herzberg y determinar el nivel de satisfacción laboral del personal de acuerdo con las dimensiones del instrumento Font Roja. Materiales y métodos: Estudio descriptivo, observacional, transversal de tipo relacional. La muestra fue de 136 trabajadores quienes realizaron una encuesta

auto aplicada entre los meses de febrero y junio del 2016. Resultados: El nivel de motivación laboral fue "medianamente motivado" (49.30%). Respecto a los factores higiénicos, los trabajadores resultaron medianamente motivados (46.30%), y los factores con mayores promedios globales fueron: "Relaciones con el jefe" y "Relaciones con los compañeros de trabajo", mientras que los de menor promedio fueron: "Prestigio o status" y "Políticas y directrices de la organización". Respecto a los factores motivacionales, los trabajadores resultaron medianamente motivados (57.40%), y los factores con mayores promedios fueron: "El Trabajo en sí mismo como estímulo positivo" y "Responsabilidad", mientras que el de menor promedio fue: "Desarrollo profesional". El nivel de la satisfacción laboral fue "medianamente satisfecho" (56.60%), y el componente con mayor promedio global fue "Relación personal", mientras que los componentes con menores promedios globales fueron "Presión en el trabajo", "Variedad de la tarea" y "Distensión en el trabajo". El coeficiente de Spearman fue de 0.336. Se aceptó que "a mayor grado de motivación laboral, mayor grado de satisfacción laboral del personal de Socios en Salud Sucursal Perú". Conclusiones: La relación entre la motivación y la satisfacción laboral es de una baja correlación positiva. El nivel de la motivación laboral fue "medianamente motivado". El nivel de la satisfacción laboral fue "medianamente satisfecho".

Fernández (2018) en su investigación *Estrategias para mejorar la motivación laboral en un instituto técnico superior, Lima-2018*, tuvo como objetivo de crear una implementación de reconocimientos, que es un vínculo de herramientas motivacionales, el cual incrementara el desempeño de los colaboradores del SENATI, sede 28 de julio, dicha institución cuenta con un

plan de reconocimiento anual, pero no es muy efectivo. Para esta tesis se usó el tipo de investigación holística, enfoque mixto, que incluye el análisis y observación de los resultados de las herramientas cualitativos y cuantitativos, para conseguir una propuesta verdadera. Por lo tanto, se realizó 30 encuestas a los colaboradores de SENATI sede 28 de julio y se entrevistó a 3 colaboradores más experimentados. El resultado de la tesis fue que la institución cuenta con un reconocimiento anual por sede, por lo tanto, dicho reconocimiento no tiene impacto en los colaboradores. Entonces la implementación propuesta, trabajar con gusto, hará que los colaboradores incrementen su motivación en la institución.

Belmonte (2018) en su investigación *“Capacitación y motivación laboral según personal del Programa Nacional Cuna Más del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, Lima, 2017*, tuvo como objetivo general, determinar la relación entre capacitación y motivación laboral según personal del Programa Nacional Cuna Mas del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, Lima 2017. La población es de 120 trabajadores, la muestra fue probabilística de 92, en los cuales se han empleado la variable: Capacitación y Motivación Laboral. El método empleado en la investigación fue el hipotético-deductivo. Esta investigación utilizó para su propósito el diseño no experimental de nivel correlacional de corte transversal, que recogió la información en un período específico, que se desarrolló al aplicar los instrumentos: Cuestionario sobre Capacitación, el cual estuvo constituido por 30 preguntas en la escala de Likert (Nunca 1, Casi nunca 2, Algunas veces 3, Casi siempre 4, Siempre 5) y el Cuestionario sobre Motivación Laboral, el cual estuvo constituido por 30 preguntas en la escala de Likert:

(Completamente en Desacuerdo 1, En desacuerdo 2, Ni de acuerdo ni en desacuerdo 3, De acuerdo 4, Completamente de acuerdo 5) que brindaron información acerca de la Capacitación y la Motivación laboral, a través de la evaluación de sus distintas dimensiones, cuyos resultados se presentan gráfica y textualmente.

Variable 2: Atención al cliente

Falcon (2017) en su tesis *Implementación de un sistema web de gestión de ventas para mejorar la calidad de atención al cliente en la librería el dorado 2017*, los objetivos que se plantearon en su investigación fueron implementar un sistema web de gestión de ventas para mejorar la calidad de atención al cliente en la librería el Dorado. La metodología que utilizaron para su investigación fue aplicada, nivel de investigación experimental con diseño casi experimental, técnica observación como el instrumento entrevista, prueba del sistema, muestra 8 trabajadores de la librería el Dorado. Los resultados que obtuvieron en su investigación fueron respecto a la implementación de un sistema web de gestión en ventas evidenciaron que su eficacia en gestión de compras 80%, su eficaz en gestión de almacén 70%, su eficaz en gestión de ventas 90%, su eficaz en seguridad y reportes 90%, los cuales fueron analizados de manera permanente ya que son principales, para el desarrollo del sistema web de gestión de ventas de acuerdo a la conformidad de la Librería el Dorado. Las conclusiones de su investigación fueron, que al implementar el sistema de Gestión de Ventas en la Librería el Dorado será de gran beneficio, en la mejora

de atención al cliente en generar un reporte, verificar datos y la búsqueda de datos, permitiendo que el proceso que se realiza sea más eficiente y eficaz.

Victorio y Riveros (2017) en su tesis *Impacto en la atención al cliente, con la implementación de la red social facebook en el recreo turístico la Perricholi, 2017*, los objetivos que se plantearon en su investigación fueron determinar el impacto en las ventas del Recreo Turístico “La Perricholi”, con la implementación de un portal web y el uso de la red social Facebook. La metodología que utilizaron para su investigación fue aplicada, de nivel descriptivo-explicativo y de diseño casi experimental-transversal, técnica encuesta como el instrumento cuestionario, muestra 56 clientes del recreo turístico “La Perricholi”. Los resultados que obtuvieron en su investigación fueron que el 78% respondieron en forma directa con los trabajadores a la pregunta la forma como se realiza las consultas de los productos y servicios, el 82% respondieron en forma directa y personal a la pregunta forma como se comunica con los trabajadores de la empresa, el 35% respondieron no formula la pregunta sus reclamos con la empresa, el 62% respondieron no opina la pregunta forma como son atendidos oportunamente sus reclamos, el 72% respondieron a veces la pregunta forma como la empresa le proporciona suficiente información de los productos en las consultas que realiza, el 78% respondieron nunca a la pregunta forma como se realiza sugerencias a la empresa, el 52% respondieron regular a la pregunta forma como se considera el trato en la atención al personal de la empresa. Las conclusiones de su investigación fueron, que El Recreo Turístico “La Perricholi”, no dispone de personal técnico calificado en publicidad digital, para fines de aplicación en la

red social del Facebook, del mismo modo el Recreo Turístico “La Perricholi”, si dispone de equipo de cómputo suficiente, así como con el acceso al Internet para crear e implementar una cuenta empresarial en la red social del Facebook. Y si se ha logrado implementar una cuenta empresarial en la red social del Facebook, cuya dirección es Facebook/RecreoLaPerricholi, para los fines de comunicación y publicidad con los clientes y el público usuario en general.

Flores (2019) en su tesis *Calidad de servicio de atención al Cliente de Sedapal. SA según percepción de los usuarios de Lima norte-2018*, tuvo como objetivo determinar la calidad de servicio de atención al cliente de Sedapal. S.A. según percepción de los usuarios de Lima norte-2018. La investigación realizada fue de enfoque cuantitativo, tipo básico de nivel descriptivo. Se evaluaron a 500 usuarios del Servicio de agua potable y alcantarillado de Lima – SEDAPAL S.A. Para determinar ambas variables se empleará dos cuestionarios de escala de Likert con preguntas cerradas; con la finalidad de medir las actitudes que tienen los estudiantes en relación a las variables de estudio. Para establecer la confiabilidad de los cuestionarios propuestos en esta investigación, se aplicó la prueba estadística de fiabilidad Alfa de Cronbach, para preguntas politómica a una muestra piloto de 24 usuarios. La técnica que se empleó en la investigación fue la encuesta Inmediatamente se procesaron los datos, utilizando el Programa Estadístico SPSS se analizan los resultados de la prueba piloto a través del método Alfa de Cronbach, para cada una de las variables en estudio y sus respectivas dimensiones obteniendo como resultado. El resultado descriptivo de la investigación en cuanto a la Calidad de servicio de atención al cliente de Sedapal. s.a. según percepción de los usuarios de Lima Norte-2018. Fue de

0.00% de clientes del servicio de agua potable y alcantarillado de Lima – SEDAPAL. S.A, perciben una buena calidad del servicio, el 48.80% un nivel regular, y el 51.20% respondió que el nivel de Calidad de servicio percibido de la institución es malo.

Medina (2018) en su tesis *El proceso Administrativo y su incidencia en atención al cliente en el servicio de cambio de divisas en el centro comercial Molina Plaza. La Molina. Lima-Perú. 2017*, tuvo como objetivo determinar la influencia que tienen ambas variables, el proceso administrativo, en atención al cliente, en el centro comercial La Molina. El problema principal de dicha investigación refiere a la pregunta: ¿Cómo influye el proceso administrativo, en atención al cliente, en el centro comercial Molina plaza? La Molina. Lima. Perú. 2017?. En la presente investigación se utilizó el diseño No experimental de corte Transversal, de tipo explicativo y método cuantitativo. Luego, como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta, cuyo instrumento cuestionario fue aplicado a la población conformado por 50 clientes frecuentes. Para medir el proceso administrativo se aplicó 27 preguntas y 17 para medir atención al cliente. Se utilizó la escala de Likert con 5 alternativas como posibles respuestas; 5: Siempre, 4: Casi Siempre, 3: A veces sí a veces no, 2: Casi nunca y 1: Nunca. El resultado de la confiabilidad del cuestionario del coeficiente del Alfa de Cronbach es de: 93.40%, en sus 46 elementos. Para ir finalizando con dicha investigación, se concluye indicando que existe una alta relación positiva, entre el proceso administrativo, y atención al cliente.

Cardenas (2022) en su tesis *Gestión de calidad y atención al cliente en MYPES del rubro panadería, urb. Las Flores de San Juan de Lurigancho, Lima 2022*, tuvo como objetivo determinar las principales características de gestión de calidad y atención al cliente en la MYPE rubro panadería de la urbanización Las Flores de San Juan de Lurigancho, Lima 2022. Se empleó una metodología de tipo cuantitativa, no experimental, descriptiva y transversal. La población y muestra fue de 5 panaderías y se empleó como técnica la encuesta y como instrumento un cuestionario de 36 preguntas. Se registraron los siguientes resultados: sobre la gestión de calidad 80% percibe que no fija objetivos y 100% no establece políticas. 80% no mejora su servicio constantemente. Sobre las herramientas de gestión de calidad, 100% manifestó no emplear ni conocer las herramientas de gestión. En cuanto al conocimiento de los tipos de cliente, se registró que 100% aseguran que conocen el perfil de sus clientes. Acerca de los elementos del servicio al cliente, el 80% no cuenta con procesos eficientes basado en el enfoque de atención al cliente y 60% afirman que la empresa no busca la satisfacción plena del cliente. Por lo que se concluye que las principales características de gestión de calidad y atención al cliente en las panaderías de la urbanización Las Flores en el distrito de San Juan de Lurigancho, se presentan como deficientes tanto en la gestión de calidad como en la atención al cliente, generalmente por el desconocimiento de ambas.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Variable 1: Motivación laboral

La motivación en el trabajo es el ciclo por el cual los esfuerzos de un individuo se encierran para ayudar a cumplir el objetivo.

Esta definición tiene tres componentes clave principales: energía, dirección y persistencia (Hasmi y Asaari, 2019).

Podemos decir que la hipótesis de la inspiración la caracteriza más en la pirámide de Maslow:

La pirámide de Maslow.

Expresa que se debe conocer el significado de la forma de comportarse de las personas a la luz de que con su conducta se hace la inspiración, de esta manera hace una pirámide en varios niveles donde piensa en cinco perspectivas fundamentales.

- Necesidades fisiológicas: Alimentación, descanso y refugio.
- Necesidades de seguridad: Trabajo, familia y físico.
- Necesidades sociales: Aceptación, compañerismo y cariño.
- Necesidades de reconocimiento: Confianza, consideración y logro.
- Necesidades de auto reconocimiento: Calidad ética e imaginación.

En la parte inferior, que es la base, podemos notar las necesidades fisiológicas y en la parte superior, que es la cima, las necesidades de auto reconocimiento. Se reconoce como muy importante y fundamental cubrir cada una de las necesidades de la base para que las de acompañamiento tengan una ayuda decente y no queden desviadas. Para ello se expresa que en la medida en que

no se cubran las fisiológicas no podemos avanzar hacia la seguridad ya que debemos tener una sucesión.

Maslow expresó: Un intérprete debería hacer música, un artesano debería pintar, un escritor debería componer, si necesita sentirse significativamente mejor consigo mismo por fin. Lo que un hombre puede ser, debe serlo. (Espinosa, 2019)

Con esto, Maslow nos da a entender que todas las personas no son generalmente felices con lo que algunos les dan o proponen, por lo que en última instancia depende de cada persona cumplir con sus requerimientos cuando acepta que realmente llegará a su propósito. (Espinosa, 2019).

Dimensión de la motivación laboral

Dimensión 1:

Seguridad

Rivas & Perero (2018) afirma que se refiere a todos aquellos aspectos que nos hacen sentir seguros para mantener un orden y seguridad en la vida y poder vivir sin miedo. Es decir, seguridad laboral, familiar y física.

- ✓ **Laboral:** El colaborador debe sentirse seguro en el puesto que desempeñe y sobre todo sentirse seguro en el área en el que se desempeña de tal manera que puede rendir laboralmente mejor.
- ✓ **Familiar:** Es importante en todo trabajo la seguridad del colaborador y de la familia en que una empresa consolidada tiene que ofrecer seguros de vida.
- ✓ **Física:** La empresa se preocupa por su seguridad física del colaborador en el que al realizar actividades arriesgadas les ofrezcan seguridad y

implementos de protección personal y señalar las zonas de peligro en su establecimiento.

Dimensión 2:

Pertenencia

Rivas & Perero (2018) afirma que una vez cubiertas las necesidades anteriores, el tercer nivel se relaciona con las necesidades sociales que implican sentimientos de pertenencia. Es decir, la aceptación, amistad y afecto.

- ✓ **Aceptación:** Dentro de la empresa es importante desarrollar actividades en el que se busque fortalecer el compañerismo y la confianza entre los colaboradores y jefes de área.
- ✓ **Amistad:** En el área de trabajo fomentar los trabajos en equipos fomentando la amistad con el fin de fortalecer los lazos y mejorar el desempeño.
- ✓ **Afecto:** La muestra de afecto en todo centro de labores es importante por brinda seguridad y hace sentir importante y necesario a los colaboradores.

Dimensión 3:

Reconocimiento

Rivas & Perero (2018) afirma que son aquellas relacionadas con la confianza, la reputación. De hecho, Maslow las clasificó como la confianza, respeto y éxito.

- ✓ **Confianza:** Los directivos de la empresa buscan fortalecer lazos como la cercanía con el personal operativo que tiene a su cargo.
- ✓ **Respeto:** Importante conocer y sobre todo practicarla de tal forma que se acepte los comentarios y sugerencias del resto y respetar el orden y las jerarquías para un buen entendimiento laboral.
- ✓ **Éxito:** Los mismos logros que alcanzan empresa y colaboradores tienen que ser reconocidos por quienes cada día hacen posible su desarrollo de tal forma que el éxito de la empresa también sea la del personal.

Variable 2: Atención al cliente.

López (2020) Es el conjunto de ejercicios creados por las asociaciones con dirección de mercado, orientados a reconocer los requerimientos de los clientes en la compra para cumplirlos, logrando así estar a la altura de sus supuestos, y en consecuencia, hacer o incrementar la satisfacción de nuestros clientes.

Laza (2019) alude que la atención al cliente alude a los movimientos de todo tipo realizados para los clientes antes, durante y después de la compra. Adicionalmente se denomina atención al cliente, cumpliendo con la satisfacción de una cosa o administración se completa.

López (2020) afirma que esta comunicación incorpora algunas etapas y factores. No nos referimos simplemente al momento en que un cliente realiza una compra, sino a lo que ocurre antes, durante y después de la obtención de una cosa o el uso de una ayuda.

Una gran atención al cliente no consiste sólo en responder a sus preguntas, sino también en ayudarlo cuando no ha mencionado nuestra ayuda, esperar lo que

necesita y atender sus necesidades adecuadamente. Hay varios puntos, por ejemplo, el saludo, la calidad y la calidez que también influyen en la ayuda promovida.

Estructura:

- Dirección del mercado:

López (2020) nos menciona que cada asociación que busca seriedad y eficacia debe concentrar sus sistemas hacia el mercado y pensar en los puntos de vista de los clientes.

- Supuestos de los clientes:

López (2020) hace referencia a que los clientes acuden a una empresa con una suposición específica sobre la ayuda o los artículos que desean obtener. El personal debe darse cuenta de estas suposiciones para reaccionar rápidamente y tener la opción de estar a la altura de las suposiciones de los clientes.

- Fidelización de los consumidores

López (2020) asume que la asociación se centra en satisfacer todas las suposiciones de los clientes, y que el cliente estará contento con la compra realizada.

Partes que influyen en la atención al cliente

De acuerdo a López (2020) la forma en que ayudamos a nuestros clientes es fundamental para una experiencia de cliente abrumadora, que consiste básicamente en darles una asistencia o cosa encantadora y satisfacer sus deseos.

En cualquier caso, suponiendo que demos una asistencia horrible o vendamos una cosa que no satisfaga las suposiciones del cliente, lo central que reportamos es un encuentro terrible que se transforma en ofertas bajas, clientes perdidos y una reputación horrible al centrarnos en las conversaciones de los demás, lo que puede de igual manera informar a las personas que aún no son nuestros clientes para que vayan a la oposición.

Reconocer el servicio al cliente, la atención al cliente y la experiencia del cliente

De acuerdo a López (2020) la atención al cliente, la experiencia del cliente y la atención al cliente tienen separaciones clave que son fundamentales para recordar.

La atención al cliente se centra en los problemas que puedan tener los clientes y se esfuerza por resolverlos con astucia. Se centra en aislar los problemas muy rápidamente, evitando que surjan.

La atención al cliente se centra en resolver los problemas que los clientes han percibido. La técnica de asistencia consiste en dar los medios y sistemas para determinar el problema o la preocupación que se insinúa.

La experiencia del cliente es todo, en igualdad de condiciones, desde la revelación y el examen de una cosa hasta su compra, pasando por su uso genuino y el seguimiento por parte de la marca. Es todo menos una cooperación incoherente, sino todo el ciclo de vida del cliente y todos los focos de contacto que el cliente tiene con una cosa o asociación.

Consejos para clientes satisfechos

La imagen de una marca depende de su atención al cliente; el comprador busca una opción de ayuda mundial. Las organizaciones de clientes no sólo dependen de la reunión de promoción. La fuerza de administración de los gerentes de la misma manera tiene un impacto significativo en la atención al cliente. El comportamiento de las autoridades bien informadas, la asociación y la correspondencia repercuten en la valoración de la asistencia prestada.

Suponiendo que el cliente esté contento con lo que le ofrecemos, volverá absolutamente una y otra vez, nos prescribirá a sus colegas, familiares o asociados. Esto requiere un toque de hipótesis, pero debe acercarse con coherencia y exige claramente una responsabilidad, tanto en lo que se refiere a los horarios como al dinero y al esfuerzo.

Con los avances creativos, los dos clientes y las afiliaciones tienen una oportunidad más incuestionable de conversar entre sí, recoger y captar la perspectiva, las contemplaciones o las necesidades del cliente.

Por eso, las filiales que se distinguen de las demás son las que cuentan con ayuda por correo electrónico, teléfono o web, visitas, sesiones informativas en línea u organización de marcos sencillos, y las utilizan para ofrecer ayuda antes, durante y después de una compra, por ejemplo, mediante un estudio posterior a la misma.

Ideas para ofrecer una mejor atención al cliente:

- a) Distinguir a los clientes decepcionados:

Las preguntas de la auditoría de clientes pueden ser cortas, de una sola opción, de diferentes opciones o sin pretensiones.

Las preguntas de elección única, por ejemplo, NPS, le dan una idea rápida de si el cliente será un patrocinador, no estará involucrado o sospechará de su imagen. Con esta estrategia puede percibir a los clientes "en peligro", cuyos comentarios podrían hacerles abandonar en caso de que no se les tenga en cuenta.

b) Medir y hacer un seguimiento de la insatisfacción de los clientes.

Puede examinar la experiencia de los clientes dirigiendo estudios irregulares y comprobando las valoraciones que dan.

Si se centra en sus clientes y trata de mejorar lo que dicen, fomentará gradualmente la organización e incrementará su puntuación NPS.

A continuación, se presentan algunas preguntas que puede plantear para evaluar la asistencia al cliente.

c) Establezca objetivos y cree

Con las solicitudes relativas a la calidad y organización de las cosas, el transporte, la ayuda, la experiencia del cliente, etc., una asociación puede inspeccionar la ayuda al cliente a un nivel más cuidadoso y obtener importantes conocimientos de los clientes.

Las fuentes de información pueden ser facilitadas con objetivos y seguir si los resultados son correctos. Además, en general, será significativo a la hora de dirigir las estrategias empresariales y los esfuerzos para abordar los problemas de los clientes.

d) Valorar y premiar a su cliente.

La información sobre los clientes puede ayudarle a descubrir quiénes son sus clientes más firmes. En el momento en que terminen una encuesta, puedes hacerles saber cómo esperas que la completen. Esto les dará la sensación de que estimas su tiempo.

e) Mecanizar las estimaciones

A través de la reserva de encuestas puedes enviar un correo electrónico de celebración cada vez que alguien realice una compra o se añada un contacto al CRM.

Utilice las respuestas de las auditorías para iniciar mensajes mecánicos de apoyo al cliente o alarmas internas a su reunión.

Procedimiento de apoyo al cliente

Como muestra Laza (2019), establezca sistemas que garanticen una estancia segura para los clientes:

Procedimientos centrados en la seguridad del cliente: Las estrategias utilizadas para garantizar una estancia protegida a los clientes, se esfuerzan por establecer verdaderos fundamentos para prevenir peligros o catástrofes dentro del espacio de trabajo.

Mostrar la asociación con el cliente: Estipular normas de atención al cliente y formas de intentar asegurar al cliente una experiencia de compra inspiradora y añadir pensamiento.

Sistemas de evaluación de la constancia del cliente: Depender de valorar al cliente y entender cuáles son sus inclinaciones y organizar sus requerimientos con cosas publicitadas.

Objetivo de la atención al cliente:

Pérez (2018) propone los siguientes objetivos Escuchar al cliente de forma viable para acudir a él de inmediato, Asesorarle y presentarle lo más razonable que cualquier individuo podría esperar encontrar para elegir, Definir con él aquellos beneficios que realmente quiere o requiere.

Responder a cada una de sus inclinaciones, Explicar sus preguntas, Ofrecer cada una de las confirmaciones y referencias, Facilitar con el cliente todo lo relacionado con su compra, Hacer un desarrollo de la confiabilidad del comprador con el artículo u organización transmitida, entre demás cosas.

Importancia de la atención al cliente:

Pérez (2018) muestra que la importancia del servicio al cliente hoy en día se ha convertido en una mano crítica de plomo que permite dentro del mercado para mantenerse y crear, así como el beneficio.

Periodos de la atención al cliente:

Para Pérez (2018) hace referencia a que el periodo de atención al cliente es de cuatro:

- ✓ Invitar: Es la disposición que se da a los clientes desde que entran en la fundación hasta que salen.

- ✓ El seguimiento: Consiste en estar pendiente del cliente hasta que es atendido por la persona correspondiente.
- ✓ La administración: Esta etapa comprende la atención de las necesidades del cliente, la persona encargada de ir a debe tratar con el cliente, atender las preguntas que tenga y darle una atención personalizada, enfocándose con una consideración extraordinaria para que no se sienta incómodo por no responder a sus requerimientos.
- ✓ La despedida: Es la etapa que cierra con la reunión para ello el individuo en control probablemente resolvió cada una de las preguntas que el cliente tiene para que pueda salir satisfecho.

Dimensiones de la atención al cliente

Dimensión 1:

Elementos tangibles:

Según Ubilla, Barreno, Freire, & Sánchez (2019) es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, uniformes del personal.

Indicador:

- ✓ **Infraestructura:** Apariencia física de las instalaciones, distribución de ambientes, áreas cómodas y muebles adecuados.
- ✓ **Equipos:** Herramientas y equipamiento adecuado para el servicio del giro de negocio, como por ejemplo equipos de cómputo, tarjetero, etc.
- ✓ **Uniforme del personal:** Personal que permite la operación del negocio: si son identificables por un uniforme o insignia, si todos están capacitados para orientar a los visitantes, entre otros aspectos.

Dimensión 2:

Empatía:

Según Ubilla, Barreno, Freire, & Sánchez (2019) se refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Se debe transmitir amabilidad, asertividad y afectividad, adaptado al gusto del cliente.

Indicador:

- ✓ **Amabilidad:** El trato amable con educación que brinda el vendedor hacia el cliente con el que espera convencer y recibir su confianza para orientarlo a comprar.
- ✓ **Asertividad:** El modo en que el personal acierta con lo que busca el cliente y de esta manera puede ofrecer o proponer adecuados productos según lo que le interese.
- ✓ **Afectividad:** Es el proceso adecuadamente diseñado para que cumpla con los objetivos de la empresa y, sobre todo, de sus clientes.

Dimensión 3:

Fiabilidad:

Según Ubilla, Barreno, Freire, & Sánchez (2019) se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con su servicio ofrecido puntualidad y responsabilidad.

Indicador:

- ✓ **Servicio ofrecido:** El modo en que el cliente se satisfaga con el servicio o producto comprado con el fin de poder complacerlo y encontrar una tendencia de compra y como llegar a finalizar una venta.

- ✓ **Puntualidad:** La atención del servicio o producto tiene que ser oportuno de tal manera que se respete el orden sin descuidar la rapidez con el que satisfacer al cliente.
- ✓ **Responsabilidad:** La responsabilidad de atender las ventas y brindar servicios y productos en buen estado y sobre todo cumplir con los plazos establecidos.

Marco conceptual:

Motivación laboral

Según Pérez (2018) la inspiración en el trabajo es la interacción mediante la cual los individuos, al realizar un movimiento concreto, fomentan las capacidades que conducen a la consecución de objetivos específicos para satisfacer las necesidades, así como las suposiciones.

Pertenencia:

Como indica Rivas & Perero (2018) afirma que una vez cubiertas las necesidades pasadas, el tercer nivel está relacionado con las necesidades sociales que incluyen las sensaciones de tener un lugar. Es decir, reconocimiento, parentesco y amor.

Auto realización:

Como indica Rivas & Perero (2018) afirma que este es el nivel más significativo y que debe cumplirse una vez que se han cumplido todos los demás. En esta etapa se crea la calidad profunda y la imaginación.

Atención al cliente:

Según los creadores Pérez (2018) quienes registraron el modelo SERVQUAL (SERVice QUALity), por lo que se piensa en los componentes sustanciales, simpatía, confiabilidad, capacidad de respuesta y bienestar como focos fructíferos en la exploración de la calidad de la ayuda.

Capacidad de respuesta:

Como indican Ubilla, Barreno, Freire y Sánchez (2019) es la disposición a ayudar a los clientes y a proporcionarles una asistencia rápida y suficiente. Alude a la consideración y a la accesibilidad y exactitud.

III. HIPÓTESIS

Al respecto Hernández y Torres (2018). Expresan que no todos los proyectos de exploración deben tener hipótesis ya que depende de la forma de abordaje que se realice, por ejemplo, en el trabajo de investigación descriptivo no necesita de hipótesis ya que su metodología es la percepción y la recopilación de información, para distinguir el objetivo general planteado en la articulación del tema del emprendimiento.

La mayoría de los proyectos de investigación cuentan con hipótesis, que son fundamentalmente suponiendo el resultado del emprendimiento donde la teoría podría ser exacta, por lo que una especulación es una estimación aproximada. Por lo tanto, en nuestra investigación titulada *Propuesta de mejora de la motivación laboral y atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022*. No se plantea hipótesis por ser descriptiva de propuesta.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

Para la ejecución del presente estudio se aplicó un diseño de investigación: No experimental – transversal – descriptivo – de propuesta.

No experimental

De Acuerdo al autor Hernández, Fernández & Baptista (2006) en su libro de metodología de la investigación define que La investigación no experimental es el estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos.

Ávila, Cueva, Gonzales y Martínez. (2019) afirman que una investigación no experimental. Se basa en categorías, conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador, es decir; sin que el investigador altere el objeto de investigación (p.5)

- Fue no experimental no se manipuló deliberadamente a las variables motivación y atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. Solo se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Transversal

Al respecto los investigadores Hernández-Sampieri & Torres (2018), en su libro dicen que el diseño transaccional o llamado también transversal es aquel que: recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Fue transversal, porque el estudio de investigación Propuesta de mejora de la motivación laboral y atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. Se desarrolló en un espacio de tiempo determinado teniendo un inicio y un fin específicamente el año 2022.

Descriptivo

Hernández, Fernández & Baptista (2006) describe que los estudios descriptivos permiten especificar las propiedades, las características y todos los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetivos o cualquier otro fenómeno que podemos investigar.

- Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de las variables motivación laboral y atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

De propuesta

De acuerdo a García (2022) La metodología propuesta proporciona elementos para corregir el rumbo de la gestión a medida que la sociedad cambia. Es necesario implementar la metodología propuesta, con la finalidad de verificar su utilidad y comportamiento, efectuar mejoras y corregir los errores u omisiones que sean detectadas.

- Fue de propuesta porque se elaboró una propuesta y un plan de mejora a los resultados de la investigación Propuesta de mejora de la motivación laboral y atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

4.2 Población y muestra

Población:

Ventura (2017) la población llega a ser un conjunto de todos los casos o personas que concuerden con situaciones específicas y determinadas.

- P1: Para la variable motivación laboral se utilizó una población de 07 trabajadores de la Botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.
- P2: Para la variable atención al cliente se utilizó una población de 150 clientes de tipo recurrentes empadronados en la base de datos de la Botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Muestra:

Según Ventura (2017) la muestra censal supone la obtención de datos de todas las unidades del universo. Los datos se recogen en una muestra que representa el total del universo, dado que la población es pequeña y finita.

M1: La muestra fue no probabilística de tipo censal dado que se tomó al total de la población de estudio, que consta de 07 colaboradores de la Botica Pharmacentral para la variable motivación laboral.

M2: Para la variable atención al cliente se utilizó una muestra no probabilística por conveniencia dado que solo se autorizó encuestar a 30 clientes de los 150 que tiene el dueño de la empresa en la base de datos de su negocio.

4.3 Definición y operacionalización de variables e indicadores

VARIABLE		DEFINICIÓN OPERACIONAL					
		DIMENSIÓN		ESCALA DE MEDICION			
DENOMINACIÓN	DEFINICIÓN	DENOMINACIÓN	DEFINICIÓN	INDICADORES	ITEMS	FUENTE	ESCALA DE MEDICION
Motivación Laboral	Según Hasmi & Asaari, (2019) afirma que se debe de conocer el significado del comportamiento de los seres humanos porque con su comportamiento se crea la motivación, de esta manera crea una pirámide de forma jerárquica donde considera cinco aspectos básicos como es la fisiología, seguridad, pertenencia, reconocimiento y auto realización.	Seguridad	Rivas & Perero (2018) afirma que se refiere a todos aquellos aspectos que nos hacen sentir seguros para mantener un orden y seguridad en la vida y poder vivir sin miedo. Es decir, seguridad laboral, familiar y física.	Laboral	¿Se siente seguro en su puesto de trabajo?	Colaboradores de la empresa la Botica Pharmace ntral.	Likert
				Familiar	¿En la empresa que labora le cubre un seguro de vida y la de su familia?		
				Física	¿La empresa se preocupa por su seguridad física?		
		Pertenencia	Rivas & Perero (2018) afirma que una vez cubiertas las necesidades anteriores, el tercer nivel se relaciona con las necesidades sociales que implican sentimientos de pertenencia. Es decir, la aceptación, amistad y afecto.	Aceptación	¿La empresa está comprometida con desarrollar actividades de compañerismo?		
				Amistad	¿Cree usted que en su área realizan un trabajo en equipos fomentando la amistad?		
				Afecto	¿Su jefe directo es amical con usted?		

		Reconocimiento	Rivas & Perero (2018) afirma que son aquellas relacionadas con la confianza, la reputación. De hecho, Maslow las clasificó como la confianza, respeto y éxito.	Confianza	¿Los directivos de la empresa tienen cercanía con el personal operativo?		
				Respeto	¿La empresa respeta sus opiniones para mejorar su desempeño?		
				Éxito	¿La empresa premia su éxito reconociendo al personal? ¿Se siente satisfecho con los incentivos brindados por la empresa?		
Atención al cliente	Los estadounidenses (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988) quienes registraron el modelo SERVQUAL (SERVice QUALity), por lo que hay una consideración de los elementos tangibles, empatía, fiabilidad, capacidad de respuesta y la seguridad como	Elementos tangibles	Según Ubilla, Barreno, Freire, & Sánchez (2019) es la apariencia física, instalaciones físicas, como la infraestructura, equipos, uniformes del personal.	Infraestructura	¿La empresa cuenta con las instalaciones adecuadas?	Colaboradores de la empresa la Botica Pharmace ntral.	
				Equipos	¿Los equipos son adecuados para el desempeño de su labor?		
				Uniforme del personal	¿El personal de la empresa cuenta con el correcto uniforme?		
		Empatía	Según Ubilla, Barreno, Freire, & Sánchez (2019) se	Amabilidad	¿El trato del personal es amable?		

	puntos acertados en la investigación de la calidad de los servicios		refiere al nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes. Se debe transmitir amabilidad, asertividad y afectividad, adaptado al gusto del cliente.	Asertividad	¿Con respecto al área de recepción el personal es alegre?		
				Afectividad	¿El área de atención brinda la atención afectiva y de calidad?		
				servicio ofrecido	¿El área de atención de atención se esfuerza por brindar un servicio de calidad?		
		Fiabilidad	Según Ubilla, Barreno, Freire, & Sánchez (2019) se refiere a la habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que la empresa cumple con su servicio ofrecido puntualidad y responsabilidad.	Puntualidad	¿Los servicios brindados por la empresa es rápido y puntual?		
		Responsabilidad	¿Los servicios que le ofrece la empresa es con dedicación y responsabilidad? ¿El personal de la empresa está bien capacitado para resolver sus interrogantes?				

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

En la investigación se utilizó para la recolección de datos la técnica de la encuesta. Según Torres, Paz y Salazar (2019) indica que Las técnicas de investigación son un conjunto de procedimientos metodológicos y sistemáticos cuyo objetivo es garantizar la operatividad del proceso investigativo. Es decir, obtener mucha información y conocimiento para resolver nuestras preguntas.

Instrumentos

Para la recolección de datos de la investigación se utilizó como instrumento el cuestionario el cual estuvo conformado por 20 preguntas distribuidas de la siguiente manera: 10 preguntas para motivación Laboral y 10 preguntas para atención al cliente, teniendo en cuenta las dimensiones de las variables del marco teórico y el cuadro de operacionalización.

Para Torres, Paz y Salazar (2019) los instrumentos de investigación son los recursos que el investigador puede utilizar para abordar problemas y fenómenos y extraer información de ellos: formularios en papel, dispositivos mecánicos y electrónicos que se utilizan para recoger datos o información.

4.5 Plan de análisis

Según Mattar (2017) Un plan de análisis de datos lo ayuda a reflexionar sobre los datos que recopilará, para qué los utilizará y cómo los analizará. La planificación del análisis puede ser una inversión de tiempo muy valiosa.

Para redactar el análisis se utilizó una base de datos en el programa Excel 2018, el programa estadístico SPSS (Statistical package for the social sciences) versión 21 para poder obtener las frecuencias, y posteriormente analizar la distribución de las frecuencias con sus respectivas figuras, se utilizará también el programa de Microsoft Word versión 2018 para la elaboración del trabajo de investigación y el programa de Power Point versión 2018 para la realización de la ponencia, asimismo se utilizó el programa Turnitin para medir el nivel de plagio.

4.5 Matriz de consistencia

Título	Enunciado	Objetivos	Variable	Población y muestra	Metodología	Técnicas e instrumentos	Plan de análisis
Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en la microempresa botica pharmacentral del distrito de pachacamac, 2022	¿Cuál es la propuesta de mejora de la motivación laboral y atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022?	<p>Objetivo General: Establecer una propuesta de mejora de la motivación laboral y atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.</p> <p>Objetivos Específicos: Variable 1: Motivación laboral Determinar las características de la seguridad de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. Describir las características de la pertenencia de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. Definir las características del reconocimiento de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.</p> <p>Variable 2: Atención al</p>	<p>Variable 1: Motivación laboral</p> <p>Variable 2: Atención al cliente</p>	<p>Población: La población estuvo conformada por 07 trabajadores y 150 clientes de la Botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.</p> <p>Muestra: La muestra fue no probabilística de tipo censal para la variable motivación laboral. Y 30 clientes para la</p>	<p>Diseño de la investigación: No experimental: porque las variables en estudio no sufrieron ninguna alteración Transversal: Porque el estudio se llevó a cabo en un determinado tiempo y espacio</p>	<p>Técnica La investigación empleó como técnica una encuesta</p> <p>Instrumento: El instrumento que empleó fue un cuestionario elaborado con preguntas dirigido a los colaboradores de la empresa.</p>	<p>Se utilizó el programa de Microsoft Excel, IBM SPSS, Microsoft Word, Microsoft Power point y Turniting</p>

			<p>cliente</p> <p>Describir las características de los elementos tangibles de la atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.</p> <p>Definir las características de la empatía de la atención al cliente en en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022</p> <p>Describir las características de la fiabilidad de la atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022</p> <p>Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral y atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.</p>		variable atención al cliente.			
--	--	--	--	--	-------------------------------	--	--	--

4.7 Principios éticos

La investigación se rigió de acuerdo a Uladech (2021). Cuya resolución se aprobó por acuerdo del Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH católica, de fecha 13 de enero del 202. Cuyas disposiciones mencionan:

Protección a las personas: Se protegió a las personas partícipes de la investigación respetando su privacidad, no se reveló su identidad y como lo solicitaron, no se colocaron datos personales como números telefónicos y dirección del domicilio en el trabajo de investigación. Asimismo, no se tomó fotografías de su imagen porque no otorgaron la autorización respectiva. Se comunicó a cada representante del negocio que los datos proporcionados solo serían usados para la ejecución de la investigación y que, si deseaban ya no otorgar información requerida según el consentimiento informado y cuestionario, podrían hacerlo sin ningún tipo de inconveniente.

Libre participación y derecho a estar informado: El cuestionario se aplicó después de dar a conocer el propósito de la investigación, la petición de participación hacia el representante, lectura del documento, su aceptación y firma en el consentimiento informado. Además, se aclararon las dudas relacionadas a la información que brindaron, recalcándoles la confidencialidad de sus datos.

Beneficencia no maleficencia: Se aclaró a los representantes y al público que su participación a través de la información brindada no les ocasionaría daño alguno y se respetó sus peticiones. Además, no se interrumpió en horas de labor, se esperó a que estuvieran libres y no estén atendiendo a algún cliente,

así se evitó causarles algún tipo de inconveniente o malestar. También se dio a conocer la importancia que tenía su participación en el trabajo de investigación.

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

Justicia: Se otorgó un trato cordial a todos los representantes y clientes de los negocios participantes de la investigación, indicándoles la causa e importancia de la encuesta y su colaboración; además, se entregó un modelo de consentimiento informado igual para todos y se aplicaron las mismas preguntas a cada uno de ellos. También se indicó que, si deseaban conocer los resultados de la investigación, se les haría llegar una copia de la información.

Integridad científica: Se informó a cada participante de la investigación que los datos proporcionados como el nombre y apellido solo se contemplarían en el consentimiento informado y, la razón social y dirección del negocio sí se encontrarían en el trabajo de investigación. También se comunicó que las respuestas brindadas en el cuestionario serían confidenciales. Finalmente, se pidió permiso a los representantes de las micro y pequeñas empresas para tomar fotografía a la parte externa de su establecimiento, se hizo tal acción solo en los negocios que concedieron la autorización.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Tabla 1

Características de la seguridad de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Seguridad	N	%
<hr/>		
Se siente seguro en su puesto de trabajo		
Nunca		
Muy pocas veces	5	71.40
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	7	100.00
<hr/>		
En la empresa que labora le cubre un seguro de vida y la de su familia		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	6	85.70
Algunas veces	1	14.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	7	100.00
<hr/>		
La empresa se preocupa por su seguridad física		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	5	71.40
Algunas veces	2	28.60
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	7	100.00

Nota. Datos recopilados de los trabajadores de la botica Pharmacentral de distrito de Pachacamac, 2022.

Tabla 2:

Características de la pertenencia de la motivación laboral en la microempresa

botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Pertenencia	N	%
La empresa está comprometida con desarrollar actividades de compañerismo		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	5	71.40
Algunas veces	2	28.60
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	7	100.00
Cree usted que en su área realizan un trabajo en equipos fomentando la amistad		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	2	28.60
Algunas veces	5	71.40
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	7	100.00
Su jefe directo es amical con usted		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	2	28.60
Algunas veces	5	71.40
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	7	100.00

Nota: Datos recopilados de los trabajadores de la botica Pharmacentral del distrito

de Pachacamac, 2022.

Tabla 3:

Características del reconocimiento de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Reconocimiento	N	%
Los directivos de la empresa tienen cercanía con el personal operativo		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	2	28.60
Algunas veces	5	71.40
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	7	100.00
La empresa respeta sus opiniones para mejorar su desempeño		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	6	85.70
Algunas veces	1	14.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	7	100.00
La empresa premia su éxito reconociendo al personal		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	2	28.60
Algunas veces	5	71.40
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	7	100.00
Se siente satisfecho con los incentivos brindados por la		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	1	14.30
Algunas veces	6	85.70
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	7	100.00

Nota: Datos recopilados de los trabajadores de la botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Tabla 4:

Características de los elementos tangibles de la atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Elementos Tangibles	n	%
<u>La empresa cuenta con las instalaciones adecuadas</u>		
Nunca	1	3.30
Muy pocas veces	28	93.40
Algunas veces	1	3.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	30	100.00
<u>Los equipos son adecuados para el desempeño de su labor</u>		
Nunca	1	3.30
Muy pocas veces	25	83.40
Algunas veces	4	13.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	30	100.00
<u>El personal de la empresa cuenta con el correcto uniforme</u>		
Nunca	1	3.30
Muy pocas veces	13	43.40
Algunas veces	16	53.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	30	100.00

Nota: Datos recopilados de los clientes de la botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Tabla 5:

Características de la empatía de la atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Empatía	n	%
El trato del personal es amable		
Nunca		
Muy pocas veces	18	60.00
Algunas veces	6	20.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	30	100.00
Con respecto al área de recepción el personal es alegre		
Nunca		
Muy pocas veces	8	26.60
Algunas veces	11	36.70
Casi siempre	11	36.70
Siempre	0	0.00
Total	30	100.00
El área de atención brinda la atención afectiva y de calidad		
Nunca		
Muy pocas veces	9	30.00
Algunas veces	21	70.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	30	100.00

Nota: Datos recopilados de los clientes de la botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Tabla 6:

Características de la fiabilidad de la atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Fiabilidad	n	%
<hr/>		
El área de atención de atención se esfuerza por brindar un servicio de calidad		
<hr/>		
Nunca		
Muy pocas veces	8	26.70
Algunas veces	22	73.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	30	100.00
<hr/>		
Los servicios brindados por la empresa son rápido y puntual		
<hr/>		
Nunca		
Muy pocas veces	23	76.70
Algunas veces	1	3.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	30	100.00
<hr/>		
Los servicios que le ofrece la empresa son con dedicación y responsabilidad		
<hr/>		
Nunca		
Muy pocas veces	27	90.00
Algunas veces	2	6.70
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	30	100.00
<hr/>		
El personal de la empresa está bien capacitado para resolver sus interrogantes		
<hr/>		
Nunca		
Muy pocas veces	20	66.70
Algunas veces	10	33.30
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
Total	30	100.00

Nota: Datos recopilados de los clientes de la botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Tabla 7:

Propuesta de un plan de mejora de la motivación laboral y atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Motivación laboral					
Indicador	Problema	Causas del Problema	Consecuencias	Acción de mejora	Responsable
Laboral	El personal no se siente seguro en su puesto de trabajo	Los representantes no prestan atención adecuada a mantener seguros a sus clientes con contratos oficiales y en planilla con todos los beneficios	El colaborador no se encuentra motivado y empoderado con la empresa y por ende su desempeño es imitado al no sentirse cómodo y seguro con su puesto de trabajo.	Haga que sus objetivos empresariales estén profundamente arraigados con la conservación y motivación de los colaboradores, con contratos prolongados de acuerdo a su desempeño con los beneficios de acuerdo a ley.	Representante
Familiar	La empresa en la que labora no siempre cubre un seguro de vida y la de la familia	La empresa afirma que por agilizar el proceso de contratación solo se contrata por tercero haciendo de que no esté obligado a asignar a su personal en planilla y sus beneficios.	El colaborador al no encontrarse en planilla no tiene acceso un seguro de vida personal y familia por no tener vínculo laboral por lo que no se siente seguro por la labor que realizad por lo que no entrega lo mejor de sus capacidades sabiendo que la empresa no responderá ate alguna emergencia.	Al formalizar la contratación del personal y consignarlos en planilla mejorará la condición del trabajador pudiendo acceder a un seguro para su seguridad y salud con lo que, tanta empresa sea formable respecto al tema y trabajador se encuentra seguro y motiva en su área de trabajo.	Representante y trabajador
Física	No existe preocupación por su seguridad física	No existe un protocolo de seguridad del que se desconoce en el que se detalle la integridad del colaborador, como protegerse y mucho menos los implementos de protección.	El personal no está dispuesto a exponerse o sacrificar su esfuerzo por la empresa.	El propietario o administrador de la organización deben puntualizar la integridad física del empleado socializando las zonas de riesgo, implementos de seguridad y sobre todo brindarle charlas respecto a su seguridad física.	Representante

Aceptación	La empresa no está comprometida con desarrollar actividades de compañerismo	No se consigna un espacio en el que empleado y directivos puedan desarrollar ciertas actividades ya que desde el horario de ingreso solo se ocupan de la atención al cliente.	El trabajador muchas veces no expresa su inconveniente o solicita ayuda ante cualquier proceso hecho por el que no se siente en confianza con el resto haciendo de esto un inconveniente de hacer los procesos más lentos hasta esperar a que se soluciones de manera singular.	Consignar minutos antes de abrir el local para desarrollar actividades de compañerismo que fortalecerán la confianza y compañerismo con el que se puede mejorar el desempeño del grupo de trabajo.	Representante
Amistad	En la empresa no se propicia un trabajo en equipos fomentando la amistad	No se asigna un espacio en el que empleado y directivos puedan desarrollar actividades que propicien la amistad.	Al no tener un ambiente de amistad e trabajador no se siente en confianza de poder desarrollar sus actividades con destreza y motivación.	El propietario debe encabezar un trato de amistad entre compañeros y con la empresa con actividades extra laborales en la que se pueda compartir y fortalecer lazos de amistad.	Representante
Afecto	El jefe directo no siempre es amical con el trabajador	El jefe por lo general apenas conoce al personal enfocándose solo en su cumplimiento laboral	El trabajador no se encuentra cómodo al sentirse presionado y por ende el trato con el resto de empleados y clientes es hermético.	Como todo líder es bien considerar que el jefe de área debe fomentar el trato afectivo para con sus colaboradores para propiciar un ambiente adecuado y confianza.	Representante
Confianza	No existe cercanía entre la empresa y el personal	El ambiente de confianza no se propicia de ninguna de las partes por no tener tiempo fuera para poder entablarla dedicándose solo a la atención al cliente	El empleado no es capaz de poder expresar libremente su malestar, inconveniente o sugerencia para sacar adelante cualquier proceso.	Los propietarios deben considerar la confianza de sus trabajadores, prestar atención a todo lo relacionado con lo que le afecta y motive para poder a partir de ello tomar decisiones, se debe general una reunión en el que se manifiesten cada uno.	Representante
Respeto	No se respeta la opinión para la mejora del desempeño	No se considera la opinión del empleado para mejorar ciertos problemas, el jefe es autónomo en las decisiones.	Al no considerar o evidenciar el respeto por los demás cada quien desarrollara sus actividades a criterio propio sin importar el resto.	En el momento en que surgen problemas, por pequeños que sean, deben hacer un movimiento rápido para mejorar, recordar que el respeto propicia confianza afecto y mejora la relación laboral en la empresa.	Trabajadores

Éxito	No se premia el éxito reconociendo al personal	No existe protocolos para premiar el logro de ciertas metas o se consigna el momento de contratar estos incentivos	El trabajador solo se limita a cumplir sus funciones sin tener la motivación de esforzarse por mejorar cada día.	Se necesita ofrecer incentivos laborales al trabajador para mejorar su desempeño, como a través del cumplimiento de metas o premios al empleado del mes.	
Atención al cliente					
Infraestructura	No se cuenta con las instalaciones adecuadas	No se tiene un plano de organización de los ambientes e infraestructura, solo se dispuso de manera empírica.	EL cliente tiene poco espacio para desplazarse y cierta dificultad de ubicar los mostradores para ofertar productos y medicamentos.	Es necesario tener un adecuado ordenamiento de los ambientes y separadores de manera estratégica para obtener espacio y sea más vistoso los productos.	Representante
Equipos	No tienen equipos adecuados para el desempeño de la atención	No se cuenta con un equipo POS POKET para poder comprar con tarjeta de crédito y se debe implementar su código token para transferencias Yape o Plin	El cliente muchas veces se limita a comprar al no tener alternativas de pago por falta de equipos que facilitan estos pagos.	Implementar la instalación de un equipo POS POKET y token para poder realizar transferencias y pagos por las distintas plataformas de pago.	Representante
Uniforme del personal	No se cuenta con el correcto uniforme del personal.	No se dispone de un presupuesto suficiente para distinguir al personal con un adecuado uniforme	El cliente sepa identificar de manera rápida a los colaboradores y diferenciarlos entre los vendedores y el químico y así poder hacer precisiones en las consultas y recetas.	Asignar presupuesto suficiente para elaborar uniformes adecuados y vistosos con los que puedan unificar e identificar a su personal y no tengan que ellos mismos llevar sus propios uniformes o chaquetas genéricas.	Representante
Amabilidad	El trato del personal no siempre es amable	La poca confianza y nulo adiestramiento hace de que el colaborador atienda al cliente de manera empírica sin utilizar estrategias de calidad.	EL cliente muchas veces se siente mal atendido y por ende no tiene la confianza de consultar, regresar a comprar y recomendar a la empresa.	Es necesario que la empresa implemente talleres o capacitaciones para mitigar las malas atenciones y sobre todo asignar a la amabilidad como herramienta principal para la atención al cliente.	Representante
Asertividad	En el área de recepción no siempre el personal es alegre	Al momento de contratar al colaborador no se distingue sus habilidades y tampoco se le pone en	El cliente se lleva una imagen mala y desconcierto con una atención tétrica y por ende piensa mucho antes de	Al representante hacer ejemplos de cómo poder atender al cliente siempre con una sonrisa, de tal manera que pueda el cliente	Representante

		claro la manera de como atender al cliente	elegir a la empresa, prefiriendo a quien le atiende mejor.	sentirse bien con la atención y por ende tener una buena compra.	
Afectividad	En el área de atención no siempre se brinda la atención afectiva y de calidad	Al desconocer el modo en como atender al cliente, el empleado cumple con el procedimiento de atención sin considerar una atención afectiva	Los clientes muestran incomodidad al recibir la atención de este tipo y se generan malos comentarios en algunas ocasiones se le hace saber al representante, en otros casos opta por no comprar más.	Al representante considerar capacitar a sus colaboradores con atenciones afectivas, aplicando ejemplos y haciendo ensayos entre los propios colaboradores.	Representante
Servicio ofrecido	En el área de atención no siempre se esfuerza por brindar un servicio de calidad	Se desconoce el procedimiento de brindar servicios de calidad y por ende no está considerado como objetivo en el área.	El cliente recibe una imagen o una atención como en todos los establecimientos, si la considera deficiente solo optara por no comprar más.	Al representante implementar políticas de atención de calidad para así poder diferenciar la atención de su establecimiento de las demás y asegurar su superioridad en la competitividad.	Representante
Puntualidad	El servicio brindado no siempre es rápido y puntual	Al no contar con un adecuado y bien distribuido ambiente, al personal le cuesta encontrar los medicamentos rápidamente lo que genera este problema.	El cliente opta por elegir otros establecimientos que brindan una atención rápida y eficiente	El representante debe considerar poner como objetivo mejorar el acceso a los medicamentos para favorecer una rápida ubicación y por ende atención.	Representante
Responsabilidad	El servicio que ofrece la empresa no siempre es con dedicación y responsabilidad	No se considera prioridad la atención de toda compra, suele pasar que algunas veces al no encontrar el producto el colaborador responde no tener aun así la necesidad sea de emergencia.	El cliente no confía en que el establecimiento disponga de todo un surtido de medicamentos para todo tipo de necesidad por ende opte por la elección de otras empresas.	El empresario debe fomentar en sus capacitaciones el criterio de responsabilidad de atender a personas que necesitan mejorar su salud y por ende preocuparse en el bienestar de la población.	Representante

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1.

Características de la seguridad de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Laboral: En el resultado podemos encontrar que muy pocas veces un 71.40% de colaboradores manifiestan sentirse seguros en su puesto de trabajo, lo cual concuerda con García & Arvelo (2021) en su investigación titulada que concluyen los diagnósticos realizados a las organizaciones los colaboradores se encuentran poco seguros en sus puestos de trabajo, y se recomienda que estos planes se constituyan en acciones inmediatas, a corto, mediano, y largo plazo.

Familiar: El 85.70% afirma que muy pocas veces la empresa cubre un seguro de vida, concuerda con la investigación de López & Alejandro (2019) en su tesis en el que encontró en sus resultados muy poco compromiso las variables motivación laboral y compromiso organizacional en el personal operativo de la SIDUE y determinar si estas se correlación entre sí.

Física: El 71.40% de ellos manifiestan que muy pocas veces la empresa se preocupa por su integridad física estableciéndose así el resultado respecto a la seguridad en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. El resultado similar que con la investigación de Puma (2020). En el que encontró en sus resultados que la motivación laboral se da de manera regular y el compromiso es aceptable por lo concluye que mientras los trabajadores presenten altos niveles de motivación labora, su compromiso hacia la labor que realizan será mayor. Por lo tanto, se discrepa con el

resultado nuestro que evidencia deficiencias en la motivación del personal y su seguridad.

Como aporte respecto a la seguridad en la empresa Pharmacentral dejamos entre ver los aspectos de la seguridad para con los colaboradores y clientes de tal manera que se mantenga un orden y seguridad en el local y poder vivir seguros. Manteniendo como prioridad la seguridad laboral, familiar y física.

Tabla2.

Características de la pertenencia de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Aceptación: En el resultado podemos encontrar que muy pocas veces un 71.40% de colaboradores afirman que la empresa se compromete con el desarrollo de sus labores en compañerismo, Nolzco, Bustamante, Moreno & Carhuancho (2021) Los resultados evidencian desmotivación respecto a reconocimientos, bonos de incentivos, recompensas, y actividades en mejorar el compañerismo.

Amistad: El 71.40% afirma que algunas veces la empresa permite realizar trabajos en equipo propiciando la amistad que tiene mucha similitud con la investigación de Posso (2022). Que encontró que los factores que inciden en la motivación laboral, según lo observado alguna vez la empresa realiza acciones para el fortalecimiento del compañerismo.

Afecto: El 71.40% de ellos manifiestan que algunas veces se percibe un trato directo y amical entre el jefe y colaborador estableciéndose así el

resultado respecto a la pertenencia en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. El resultado discrepa con la investigación de Lizana & Samamé (2021). Que evidencia en sus resultados que el 80% de los colaboradores están conformes con la empresa en lo laboral, por lo que algunos de los colaboradores muestran su compromiso con la empresa por lo que concluyendo que la satisfacción laboral es conforme al recibir beneficios laborales y remunerativos como herramientas básicas para que los colaboradores se sientan satisfechos y mejoren su desempeño laboral.

El aporte a la pertenencia podemos dejar aclaro que una vez cubiertas las necesidades anteriores de la empresa es este criterio que se debe tomar en cuenta como una necesidad social que implica sentimiento de pertenencia. Es decir, la aceptación, amistad y afecto dentro el ambiente laboral.

Tabla 3.

Características del reconocimiento de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Confianza: Se pudo observar en el resultado que un 71.40% de colaboradores manifiestan que algunas veces los directivos de la empresa tienen cercanía con el personal, tiene similitud con la investigación de Revuelto (2018) en su tesis encontró que en la empresa se evidencia el compromiso organizativo, el comportamiento cooperativo, la calidad del trabajo realizado, y la cercanía con el personal.

Respeto: El 85.70% afirma que muy pocas veces la empresa respeta sus opiniones para mejorar el desempeño en sus labores, al respecto el autor Puma (2020) en su investigación encontró en sus resultados que algunas veces en la

empresa se respeta la opinión de los trabajadores como medio de sugerencia para mejorar procesos internos en bien del cumplimiento de objetivos.

Éxito: El 71.40% manifiesta que algunas veces la empresa premia su éxito con un reconocimiento al personal y El otro 85.70% afirma que algunas veces el colaborador se siente satisfecho con los incentivos que se le da. El resultado guarda relación y a la vez se discrepa con la investigación de Rosas (2019) en su investigación. En el que de acuerdo a sus resultados que existe una regulara motivación laboral y por ende una satisfacción laboral promedio permitiendo una correcta relación entre la gestión del talento humano y la motivación laboral según personal del Gobierno Regional de Pasco.

El aporte a la empresa en el aspecto del reconocimiento se manifiesta necesidad urgente de promover una relación de confianza con el trabajador, el respeto por reconocer sus opiniones y promover el éxito del colaborador con incentivos económicos, días libre y felicitaciones por su buena labor. De hecho, Maslow las clasificó como la confianza, respeto y éxito.

Tabla 4.

Características de los elementos tangibles de la atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Infraestructura: Observamos en el resultado que el 93.40% de clientes manifestaron que la empresa cuenta con instalaciones adecuadas, resultado que presta similitud con la de Ibañez & Vargas (2020) en su tesis que en su resultado se observa que el desarrollo del modelo para la atención al cliente menciona que algunas veces se manifiestan que las instalaciones son la adecuadas.

Equipos: El 83.40% afirma que muy pocas veces los equipos son adecuados para el correcto desempeño de las labores del personal, resultado que guarda relación con la de Cardenas y Yessid (2019) en su tesis en sus resultados fueron respecto al desempeño de las labores del personal afirman que muy pocas veces se le asigna equipos suficientes y adecuados para el desempeño de sus labores.

Uniforme del personal: Un 53.30% afirma que el personal de la empresa se presenta correctamente uniformado. El resultado discrepa con la investigación de Santillan (2021) En su tesis que evidencia en sus resultados que la variable atención al cliente, elementos tangibles, la mayoría de las Mypes está totalmente de acuerdo que existe instalaciones adecuadas al rubro, concluyendo con la identificación de los factores relevantes con los que proponen mejoras respecto a los elementos tangibles.

Al respecto de los elementos tangibles podemos señalar como aporte de la apariencia física, sus instalaciones, la infraestructura, equipos, uniformes del personal con los que cuenta la empresa, se debe darle mantenimiento o renovarlas periódicamente de tal forma que siempre se encuentre organizado.

Tabla 5.

Características de la empatía de la atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Amabilidad: En el resultado encontramos que el 60% de los clientes manifiestan que muy pocas veces los colaboradores hacen uso del trato amable y cordial, resultado que tiene similitud con la de Llangari y Mero (2019). En su resultado obtuvo respecto a los factores que van que los

colaboradores tienen un trato amable y cordial los encuestados manifiestan que se da en muy pocas veces.

Asertividad: El 36.70% siendo un porcentaje mayor considera que casi siempre el personal que atiende en recepción es alegre tienen similitud con el resultado de Santillan (2021) que en sus resultados obtuvo en su investigación manifiestan que muy pocas veces la recepción atiende con un trato amable y alegre a sus clientes.

Afectividad: El 70% de clientes manifiesta que la atención que recibe es efectiva y de calidad de parte de la empresa. Resultado que tiene similitud a la de Valdivieso (2019) que en sus resultados que obtuvieron en su investigación fueron respecto a los representantes de las Mypes se observa que el 100% de los encuestados, manifiestan que la empresa carece casi siempre de un trato efectivo y de calidad.

Del mismo modo el resultado guarda relación significativa con la investigación de Valdivieso (2019) que en su resultado obtuvo respecto a la empatía encontró en su mayoría que es deficiente a la hora de satisfacer al cliente. Concluyendo que falta una guía para la mejora en atención al cliente.

El aporte respecto a la empatía podemos señalar que en la empresa se carece de este criterio al momento de atender al cliente por lo que se exhorta en la implementación de procedimientos de atención individualizada de parte de la empresa para con sus clientes. Debiendo transmitir amabilidad, asertividad y afectividad, adaptado al gusto de cada cliente.

Tabla 6.

Características de la fiabilidad de la atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Respecto a la fiabilidad encontramos que el 73.30% afirma que algunas veces el área de atención estima esfuerzos por brindar un servicio adecuado y de calidad,

Servicio ofrecido: Un 76.70% manifiesta que muy pocas veces los servicios que se brindan son rápidos u puntuales, resultado² tienen similitud a la de Erazo (2019). Que en sus resultados que obtuvieron en su investigación fueron que el 93.23% manifestaron que pocas veces la empresa ofrece un servicio rápido y eficiente en que se destaca la preocupación por ofrecer una atención de calidad al cliente.

Puntualidad: Un 90% de ellos manifiesta que muy pocas veces el servicio que recibe es con dedicación y responsabilidad tiene relación con el resultado de Meza (2017) El resultado de su investigación evidencia que el 80% desconocen técnicas o estrategias para ofrecer un servicio con dedicación y responsabilidad a sus clientes.

Responsabilidad: Un 66.70% afirma que muy pocas veces el colaborador evidencia estar bien capacitado para resolver dudas e inquietudes. El resultado guarda relación significativa con la investigación de Erazo (2019) encontró en sus resultados que la fiabilidad encontrada en la empresa es moderada e identificando como punto a superar debido a que los productos permite satisfacer sus necesidades de los clientes. Concluyendo

que la gestión de calidad, es una herramienta muy importante que interviene en el proceso de calidad de los productos.

El aporte respecto a la dimensión fiabilidad en vista que es deficiente en la empresa Pharmacentral, se considera que en el resto de empresa del rubro se tiene el mismo efecto deficiente por lo tanto hacer saber que es necesaria para ejecutar un servicio prometido de forma fiable y cuidadosa. Es decir, que las empresas deberían cumplir con un servicio de manera puntualidad y con responsabilidad.

VI. CONCLUSIONES

Se determinó que muy pocas veces los colaboradores se sienten seguros en el puesto de trabajo, de igual manera que la empresa cubre un seguro de vida y que de la misma forma muy pocas veces la empresa se preocupa por la integridad física del trabajador preocupando la seguridad de los trabajadores de la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

Se describió que los empleamos muy pocas veces afirman que la empresa se compromete con el desarrollo de sus labores en compañerismo, del mismo modo algunas veces la empresa permite realizar trabajos en equipo propiciando la amistad y también manifiestan que algunas veces perciben un trato directo y amical entre el jefe y colaborador estableciéndose así el resultado respecto a la pertenencia.

Se definió que los colaboradores manifiestan que algunas veces los directivos de la empresa tienen cercanía con el personal, que muy pocas veces la empresa respeta sus opiniones para mejorar el desempeño en sus labores, del mismo modo que algunas veces la empresa premia su éxito con un reconocimiento al personal y que algunas veces el colaborador se siente satisfecho con los incentivos que se le da.

Se pudo describir que los clientes manifiestan que muy pocas veces la empresa cuenta con instalaciones adecuadas, del mismo modo que los equipos no

son adecuados para el correcto desempeño de las labores del personal y algunas veces el personal de la empresa se presenta correctamente uniformado.

De definió que los clientes muy pocas veces perciben que los colaboradores hacen uso del trato amable y cordial, de igual forma perciben que casi siempre el personal que atiende en recepción es alegre y que algunas veces la atención que recibe es efectiva y de calidad.

Se describió que algunas veces el cliente percibe que el área de atención estima esfuerzos por brindar un servicio adecuado y de calidad, muy pocas veces los servicios que se brindan son rápidos y puntuales, del mismo modo que muy pocas veces el servicio que recibe es con dedicación y responsabilidad y por afirman que muy pocas veces el colaborador evidencia estar bien capacitado para resolver dudas e inquietudes.

Respecto al resultado encontrado se propuso mejoras dirigidas a superar deficiencias de la motivación laboral en las que se ofrecen alternativas para mantener al colaborador motivado con el fin que se desempeñe con holgura y confianza dentro de su área, del mismo modo en razón de las deficiencias encontradas respecto a la atención al cliente se propuso alternativas para mitigar errores y problemas con los clientes, buscando fidelizar al cliente y asegurar que vuelva en una próxima oportunidad.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Impulsar a la organización para que otorgue becas de ejecución a los trabajadores, considerando que es recomendable que la organización perciba más a sus representantes y otorgue motivadores que ayuden al temperamento de cada especialista y consientan lo que se requiere y puedan trabajar con responsabilidad y mantener la congruencia en el trabajo de cada uno de sus trabajadores.

Distinguir el reconocimiento de los trabajadores a la luz de su presentación en sus ejercicios, debe ser prescrito a todos los agentes para percibir a sus trabajadores aún más para que puedan sentirse impulsados a cuidar de sus responsabilidades y percibir su trabajo que hacen para la organización, con el objetivo de que puedan realizar y mostrar cada una de sus habilidades para ayudar con el trabajo en la organización.

Garantizar que los especialistas puedan dar una gran atención al cliente, sugiere que los delegados puedan impulsar a sus trabajadores a tiempo y se sientan estimados de que su trabajo es beneficioso, por lo que se refleja en el trato bien dispuesto del cliente cuando es su oportunidad de servir a cada individuo que entra en la fundación y se llevan una impresión decente del personal y la organización.

Regresar a su trabajo relegado en la organización, manejar lo elaborado por cada uno y comprobar si tienen el empuje para ayudar al cliente que viene a consumir nuestros artículos, igualmente debemos utilizar una metodología en la postergación de la consideración por parte de nuestro personal y analizar el tema por el cual no son atendidos por el tiempo esperado y exhibir que la atención al cliente es vital en la posición de la organización, haciendo que se obtenga un

resultado por la consideración, 119 adicionalmente adquiriremos nuevos clientes y la organización se situará en todo el mercado peruano.

PLAN DE MEJORA PARA LA EMPRESA PHARMACENTRAL DEL DISTRITO DE PACHACAMAC

1. Datos generales.

Empresa: Compañía de Inversiones BPC E.I.R.L

RUC: 20600812590

Razón Social: Botica Pharmacentral

Página Web: Tipo

Empresa:

Condición: Activo

Fecha Inicio Actividades:

Actividades Comerciales: Venta de productos farmacéuticos y perfumería

CIU:

Dirección Legal: Las Lomas de Pachacamac, Lima

Urbanizacion:

Departamento: Distrito de Pachacamac Lima - Perú

2. Misión.

Ofrecer una asistencia sanitaria de calidad, para alcanzar y mantener la salud, ofreciendo servicios farmacéuticos y productos, de forma profesional, servicial y cercana.

3. Visión.

A nuestros usuarios facilitar un rápido acceso a los productos que precisen, primando los servicios profesionales, para que saquen el máximo beneficio a sus medicamentos.

4. Objetivos

Objetivos para la Perspectiva Financiera

- ✓ Colaborar con las administraciones en proyectos que contribuyan a mejorar la prestación farmacéutica y permitan avanzar en una farmacia sostenible.
- ✓ Establecer un diálogo constante con pacientes y usuarios de la farmacia para detectar nuevas necesidades para ofrecer la mejor respuesta sanitaria que generen ingresos.
- ✓ Impulsar iniciativas que favorezcan la colaboración con el resto de profesionales sanitarios implicados en la atención al paciente que haga que el paciente se atienda y solicite el servicio.

Objetivos para la Perspectiva del Cliente

- ✓ Asegurar una dispensación con información personalizada al paciente sobre cualquier tipo de medicamento y producto sanitario.
- ✓ Seguir avanzando en el seguimiento de la medicación, especialmente en pacientes mayores, crónicos y polimedicados, mejorando la adherencia a los tratamientos.
- ✓ Trabajar para incorporar nuevos servicios asistenciales en torno al

medicamento que mejoren el cumplimiento de los tratamientos.

Objetivos para la Perspectiva de Procesos

- ✓ Incrementar la participación de las farmacias en iniciativas de Salud Pública: educación sanitaria, prevención de la enfermedad y promoción de la salud.
- ✓ Potenciar la formación continuada de los farmacéuticos para la actualización de los conocimientos sobre medicamentos y productos sanitarios.
- ✓ Contribuir a generar información rigurosa, independiente y objetiva sobre el medicamento y los productos sanitarios.

5. Productos y/o servicios

Las empresas de dispensación de medicamentos como las boticas, brindan una amplia selección de medicamentos de calidad y producto sanitario al alcance del paciente.

6. Organigrama.



Descripción de funciones

Cargo	Propietario
Perfil	<ul style="list-style-type: none">- Persona natural.- Manejo de habilidades de comunicación y liderazgo.- Optimista, conocedor del rubro de negocio.
Función	<ul style="list-style-type: none">- Supervisar a su personal- Formalizar la empresa- Dirigir a sus empleados- Contratar

Cargo	Q.F Gerente
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Químico farmacéutico licenciado, con conocimientos de administración y gerencia para el buen manejo de la empresa. - Excelentes habilidades de comunicación y liderazgo. - Ser capaz y optimista, conocer bien el negocio, comunicarse claramente. - Tener vocación de servicio y liderazgo.
Función	<ul style="list-style-type: none"> - Supervisar al personal - Organizar horarios, planes de turnos, programación de capacitaciones - Contratar y despedir empleados, permisos - Supervisara la preparación de la producción diaria de los alimentos - Dictar reglas del establecimiento y control de inventarios de los productos.

Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Ser contador público colegiado - Experiencia en llevar libros contables de boticas y farmacias
Función	<ul style="list-style-type: none"> - Llevar y revisar un estado financiero. - Crear y organizar la nómina de empleados. - Revisar y llevar libros contables. - Realizar análisis de gastos y ganancias.

Cargo	Técnico en farmacia
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Ser técnico en farmacia y bioquímica - Experiencia en medicamentos y atención de boticas
Función	<ul style="list-style-type: none"> - Recibir recetas y comprobar su validez Procesar las recetas de forma electrónica y garantizar que toda la información sea completa y adecuada - Seleccionar los fármacos adecuados y medir las dosis para completar las recetas

Cargo	Personal de limpieza
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Capacidad para manejar maquinaria y equipos pesados - Experiencia como conserje, celador,
Función	<ul style="list-style-type: none"> - Limpieza, almacenaje y suministro de áreas designadas de las instalaciones (limpiar el polvo, barrer, aspirar, fregar, limpiar salidas de aire del techo, limpiar los servicios, etc.) - Realización y documentación de actividades rutinarias de mantenimiento e inspección - Llevar a cabo las tareas de limpieza profunda.

7. Diagnostico general

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
ANALISIS FODA	<p>F1: Ubicación del negocio estratégica con acceso a clientes.</p> <p>F2: Surtido de medicamentos.</p> <p>F3: Precios cómodos para el cliente.</p> <p>F4: Recetas de acorde al malestar por el Q.F</p> <p>F5: Local del propietario.</p> <p>F6: Uso de equipos tecnológicos.</p>	<p>D1: Emprendimiento reciente sin mucha experiencia.</p> <p>D2: Carencia de capital con el que se ´pueda ampliar.</p> <p>D3: Aun no tiene relevancia en el mercado competitivo.</p>
OPORTUNIDAD	ESTRATEGIA F O	ESTRATEGIA D O
<p>O1: Contribuye con el crecimiento económico.</p> <p>O2: En la zona es la empresa que mejor se destaca</p> <p>O3: Dispone de una población numerosa y creciente.</p> <p>O4: Mejora la oferta y demanda de la población.</p> <p>O5: Es un punto de movimiento económico y consumo de la población.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ofrecer un espacio amplio y con encanto para el solaz de nuestros clientes (F6, O1). 2. Contratar más personal con estándares de consideración personalizada (F1, F5, O2, O3). 3. Ofrecer artículos de primera calidad con recetas interesantes (F2, F4, O5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Posicionarnos en el mercado a través de nuestros clientes, por sus grandes comentarios sobre las administraciones presentadas en nuestro café de artículos hidrobiológicos (D3, O1, O3, O4). 2. Hacer exhibiciones de nuestros platos únicos que propondremos dentro de los centros comerciales para destacar ante la sociedad en general. (D1, D2, O2, O5)

AMENAZAS	ESTRATEGIA F A	ESTRATEGIA D A
<p>A1: Empresas con años de experiencia y solvencia económica para invertir.</p> <p>A2: Clientes que se dejan llevar por la publicidad de la competencia.</p> <p>A3: Mercado con muchos emprendimientos del mismo rubro.</p> <p>A4: La demanda de medicamento es constante por ende la competencia es mucha.</p> <p>A5: Déficit económico a causa de la pandemia.</p>	<p>1. Ofreceremos a nuestros clientes diferentes platos para cumplir con cada uno de sus supuestos a un valor razonable (F2, F3, F4, A5).</p> <p>2. Haremos pequeñas ocasiones en nuestros locales para fechas excepcionales junto a nuestros clientes, para que nos sean fieles (F1, F5, F6, A2, A3)</p>	<p>1. Examinar continuamente las administraciones presentadas por nuestros rivales para ofrecer administraciones comparativas, pero con la separación de los platos inventivos que ofrecerá nuestra cafetería de artículos hidrobiológicos (D1, D3, A1, A2, A3, A4).</p> <p>2. Ofreceremos límites y avances para captar la atención de nuestro principal grupo de interés (D2, A5).</p>

8. Indicadores de una buena gestión.

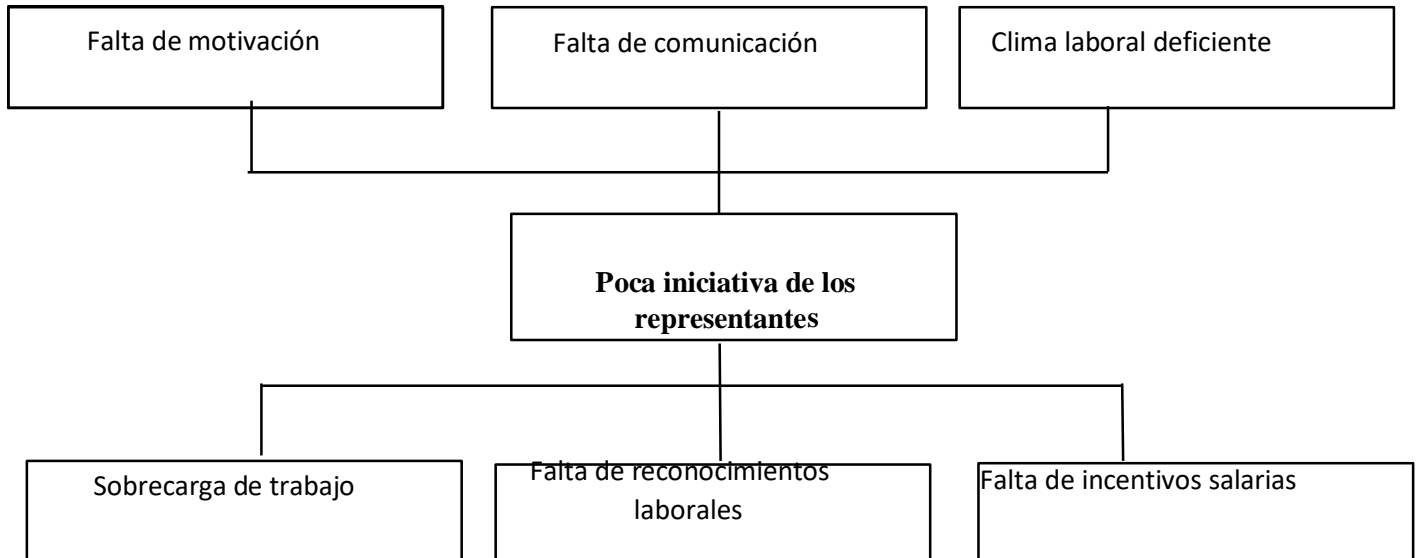
Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de las mypes
La empresa entrega incentivos por el buen desempeño del colaborador	Poca iniciativa en dar reconocimientos por parte de los representantes de la empresa
La empresa reconoce mi esfuerzo y de dedicación	Falta de importancia de los representantes 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 incentivos por el buen desempeño del colaborador	La empresa no entrega incentivos o reconocimiento por el buen desempeño a sus colaboradores	Esto es debido a la ausencia de honores individuales de los agentes de las mypes, además por el terrible espacio de trabajo y la desafortunada correspondencia con los trabajadores hacia los supervisores rápidos, sugiriendo la ausencia de eficiencia que puede crear la organización por no tener a sus trabajadores motivados.

<p>La empresa reconoce mi esfuerzo y de dedicación</p>	<p>La empresa no reconoce mi esfuerzo y dedicación por parte de los representantes.</p>	<p>Es debido a la ausencia de reconocimiento individual de los agentes de las mypes investigadas, además algunos consideran descuidar el reconocimiento de su personal y se centran en adquirir beneficios centrándose en sus ventajas de la organización, sin embargo, no debería ser así es esencial tratar con su personal para que se sientan estimados.</p>
<p>Usted se siente satisfecho con la atención brindada por el trabajador</p>	<p>No están satisfechos con la atención brindada por el trabajador con todos los clientes que van a consumir los productos ofrecidos.</p>	<p>La mayoría de los individuos que tienen un lugar con una tienda de aves de corral no obtuvieron la inspiración relativa de sus supervisores cercanos, antes de hacer sus organizaciones, una gran parte de los delegados están preocupados en la adquisición de beneficios centrándose en el financiero en el momentáneo dejando a un lado la inspiración en sus trabajadores, impactando en el terrible apoyo al cliente y no llegar a la suposición del cliente en el logro de su cumplimiento.</p>
<p>Tiene la impresión que los empleados de las empresas ofrecen un servicio rápido.</p>	<p>Los empleados no ofrecen un servicio rápido a los clientes.</p>	<p>Las organizaciones no se dan cuenta de que en ocasiones los clientes son vitales para el desarrollo de la organización, es decir, cuando el cliente hace una solicitud de un artículo es significativo el tiempo de espera y los especialistas ajustan esa organización no requieren de alguna inversión para ir al cliente, dejando de lado, haciéndolos pausar y produciendo la perturbación del cliente, dando como resultado visitar algún otro lugar que se dé cuenta de cómo cumplir con sus necesidades y pueda ir a ellos de una manera rápida y segura.</p>

10. Causas



11. Establecer soluciones

Problemas encontrados - Resultados	Surgimiento del Problema	Acción de mejora
La empresa entrega incentivos por el buen desempeño de colaborador	Esto es debido a la ausencia de honores individuales de los agentes de las mypes, además por el terrible espacio de trabajo y la desafortunada correspondencia con los trabajadores hacia los supervisores rápidos sugiriendo la ausencia de eficiencia que puede crear la organización por no tener a sus trabajadores dichosos.	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborar actividades de becas, recompensas y expresiones de felicitación. - festividades de cumpleaños, días libres, confirmaciones, condecoraciones por buena ejecución. - Impulsar a los representantes a ampliar los resultados de su trabajo.

<p>La empresa reconoce mi esfuerzo y de dedicación</p>	<p>Es debido a la ausencia de reconocimiento individual de los agentes de las mypes investigadas, además algunos consideran descuidar el reconocimiento de su personal y se centran en adquirir beneficios centrándose en sus ventajas de la organización, sin embargo, no debería ser así es esencial tratar con su personal para que se sientan estimados.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Impulsar a los trabajadores percibiendo sus logros, dándoles días libres o una recompensa adicional. - Fomentar las reuniones de la sociedad para desarrollar aún más las relaciones laborales.
<p>Usted se siente satisfecho con la atención brindada por el trabajador</p>	<p>La mayoría de los individuos que tienen un lugar con una tienda de aves de corral no obtuvieron la inspiración relativa de sus supervisores cercanos, antes de hacer sus organizaciones, una gran parte de los delegados están preocupados en la adquisición de beneficios centrándose en el financiero en el momento dejando a un lado la inspiración en sus trabajadores, impactando en un terrible apoyo al cliente y no llegar a la suposición del cliente en el logro de su cumplimiento.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Apoyar la fiabilidad de los clientes ofreciéndoles avances constantes a los que consumen habitualmente pollo a la brasa. - Prepararles suficientemente para que realicen bien su trabajo. - Establecer procesos de asistencia al cliente rápidos y cordiales.

<p>Tiene la impresión que los empleados de las empresas ofrecen un servicio rápido.</p>	<p>Las organizaciones no se dan cuenta de que en ocasiones los clientes son vitales para el desarrollo de la organización, es decir, cuando el cliente hace una solicitud de un artículo es significativo el tiempo de espera y los especialistas ajustan esa organización no requieren de alguna inversión para ir al cliente, dejando de lado, haciéndolos pausar y produciendo la perturbación del cliente, dando como resultado visitar algún otro lugar que se dé cuenta de cómo cumplir con sus necesidades y pueda ir a ellos de una manera rápida y segura.</p>	<p>- Utilizar herramientas, por ejemplo, chatbots y arreglos de auto-administración que son cruciales para trabajar en la naturaleza de la asistencia ofrecida y además disminuir el tiempo de espera.</p> <p>- Dé compensaciones de vez en cuando a sus clientes fieles que compran a menudo.</p> <p>- Dar compensaciones a los representantes que tienen más consideraciones durante el mes, eso sugeriría que los trabajadores realmente se esfuerzan.</p>
---	---	---

12. Recursos para la implantación de las estrategias

Nº	Estrategias	Recursos humanos	Recursos económicos	Recursos tecnológicos	Tiempo
1	Programar y celebrar reuniones de trabajo y contratar a un experto en la materia, para conocer la inspiración del trabajo y sus ramificaciones.	Propietario	S/. 1500 al mes	Local de la empresa, materiales, equipos, tiempo	3 meses
2	Ampliar la confianza y la correspondencia entre los delegados y socios, a través de reuniones participativas, para elegir un responsable de la evaluación y la crítica constante hacia el inicio de la jornada.	Propietario	S/. 1300 al mes	Local, materiales y tiempo	4 meses

3	Elaborar y aplicar la disposición de gastos de preparación que ayudará a una administración e inspiración decente con el ensayo en el entorno de trabajo.	Contador y Propietario	S/. 1500 al mes	Materiales, equipos, tiempo	4 año
4	Evaluar continuamente al personal y buscar opciones de desarrollo que incluyan su promoción.	Propietario	S/. 1500 al mes	Materiales, equipo, tiempo	2 meses
5	Elaborar un plan de evaluación para cada una de las áreas que componen la organización.	Propietario	S/. 1500 al mes	Materiales, equipos, tiempo	4 meses
6	Impulsos financieros, por ejemplo, recompensas y comisiones, motivadores no monetarios como días de descanso por contribución horarios adaptables reconocimiento por logros dar felicitaciones constantes felicitaciones constantes.	Propietario	3. 000 al mes	Internet, computadora, equipos y tiempo	3 meses

13. Cronograma de actividades

Motivación Laboral			Marzo				Abril				Mayo				Junio			
Estrategia	Inicio	Termino	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
✓ Programar y celebrar reuniones de trabajo y contratar a un experto en la materia, para conocer la inspiración del trabajo y sus ramificaciones.	01/09/2022	30/09/2022		x				x				x				x		
✓ Ampliar la confianza y la correspondencia entre los delegados y socios, a través de reuniones participativas, para elegir un responsable de la evaluación y la crítica constante hacia el inicio de la jornada.	01/09/2022	30/09/2022			x				x				x				x	
✓ Elaborar y aplicar la disposición de gastos de preparación que ayudará a una administración e inspiración decente con el ensayo en el entorno de trabajo.	01/09/2022	30/09/2022	x								x							
✓ Evaluar continuamente al personal y buscar opciones de desarrollo que incluyan su promoción.	01/09/2022	30/09/2022				x				x				x				x
✓ Elaborar un plan de evaluación para cada una de las áreas que componen la organización.	01/09/2022	31/09/2022	x	x	x	x												
✓ Impulsos financieros, por ejemplo, recompensas y comisiones, motivadores no monetarios como días de descanso por contribución, horarios adaptables, reconocimiento por logros, dar felicitaciones constantes. felicitaciones constantes.	01/09/2022	30/09/2022	x	x	x	x												

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Belmonte, E. R. (2018). Capacitación y motivación laboral según personal del Programa Nacional Cuna Más del Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social, Lima, 2017.
- Cardenas Quispe, S. (2022) Gestión de calidad y atención al cliente en MYPES del rubro panaderia, urb. Las Flores de San Juan de Lurigancho, Lima 2022.
- Cardenas, J. D., & Muete, R. Y. (2019) formulación de acciones de mejora del servicio de atención al cliente aplicando las normas iso 9001: 2015 e iso 14001: 2015 y el modelo serviqual del banco comercial, sede Bogotá.
- Cliente de la Emresa Apercorp S.A., 2018. Revista De Investigación Valor Agregado, 22-39.
- Correa, D. A., Bolívar, C. L., & Pérez, L. O. (2016). FACTORES INTERNOS Y EXTERNOS QUE INCIDEN EN LA MOTIVACIÓN. Revista Electrónica PSYCONEX, 2.
- Erazo, C. G. (2019). Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro bodegas de Urbanización Los Titanes, Piura año 2019. Obtenido de: <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/15750>.
- Espinosa, R. (2019). RobertoEspinosa. Obtenido de RobertoEspinosa: <https://robertoespinosa.es/2019/06/09/piramide-de-maslow>
- Falcón Ascencio, L. A. (2017). Implementación de un sistema web de gestión de ventas para mejorar la calidad de atención al cliente en la librería el dorado Huánuco 2017.
- Fernández León, A. L. (2018). Estrategias para mejorar la motivación laboral en un instituto técnico superior, Lima-2018.

- Fernández Verde, D., & Fernández Rico, E. (2010). Comunicación empresarial y atención al cliente. Ediciones Paraninfo, SA España.
- Flores Gamarra, G. I. (2019). Calidad de servicio de atención al Cliente de Sedapal. SA según percepción de los usuarios de Lima norte-2018.
- García, E. K. M., & Arvelo, M. G. V. (2021). Clima organizacional y motivación laboral como insumos para planes de mejora institucional. *Revista Venezolana de Gerencia*, 26(94), 548-567.
- Guerrero, G. R. (2014). La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)*. 55.
- Guirado Aguilera, D. (2019). Estudio sobre la motivación laboral: una aplicación de la Teoría de la expectativa de Vroom.
- Guzmán Díaz, B. E., Tarapuez, E., & Parra Hernández, R. (2017). Estrategia y calidad en empresas colombianas de servicios. *Revista Venezolana de Gerencia*, 4.
- Hasmi, M., & Asaari, A. H. (08 de marzo de 2019). Centro Canadiense de Ciencia y Educación. Obtenido de <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/view/0/38978>
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). Recolección y análisis de los datos en la ruta cualitativa. *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*, 440-520.
- Hernández, R. Fernández, & Baptista. (2014). *Metodología de la investigación*, 6, 2014-2015.
- Kurniawan, H. (2019). Effec of Work Discipline and Work Environment on Employee Performance with Work Motivation as an Intervening Variable in Department of

- Tourism, Youth and Sport of Padang District. Archives of Business REsearch - Vol.7, No.7, 89.
- Laza, C. A. (2019). Gestión de la atención al cliente/consumidor. UF0036. Tutor Formación.
- Lizana Cruz, D. M., & Samamé Díaz, R. D. (2021). Diseño de estrategias de motivación laboral para mejorar la productividad de los colaboradores de la empresa Caja Sullana SA, en el distrito de Olmos, 2019.
- Llangari, K., & Mero, J. (2019). Análisis del modelo de gestión de calidad total excelencia en la mejora de los procesos de bodega en Tienda Industriales de la ciudad de Milagro. Caso Agencia No 2. Recuperado en: <http://repositorio.unemi.edu.ec/handle/123456789/4864>.
- LÓPEZ SALAS, S. E. R. G. I. O. (2020). Atención al cliente, consumidor y usuario. Ediciones Paraninfo, SA.
- López, J. V. G. (2020). COMT004PO-Fundamentos de atención al cliente. Editorial Elearning, SL.
- López-Martínez, O., & Alejandro, I. C. M. (2019). Diseño de instrumento para medir motivación laboral y compromiso organizacional en personal operativo de SIDUE.
- Marin Samanez, H. S., & Placencia Medina, M. D. (2017). Motivación y satisfacción laboral del personal de una organización de salud del sector privado. Horizonte Médico (Lima), 17(4), 42-52.
- Medina Ramírez, Y. A. (2018). El proceso Administrativo y su incidencia en atención al cliente en el servicio de cambio de divisas en el centro comercial Molina Plaza. La Molina. Lima-Perú. 2017.

- Méndez Molla, A. (2014). Euroresidentes vida inteligente. Obtenido de Euroresidentes vida inteligente: <https://www.euroresidentes.com/empresa/motivacion/teorias-de-lamotivacion>
- Meza Palacios, F. N. (2017). Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercio, rubro bodegas, distrito de Satipo año 2017.
- Morocho Revollo, T. C., & Burgos Chávez, S. V. (2018). Calidad del Servicio y Satisfacción del
- Mosquera, D. C. (15 de 02 de 2018). Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante. 1. Guayaquil, Ecuador.
- Nolazco Labajos, F. A., Bustamante Cieza, E. I., Moreno Rodríguez, R. Y., & Carhuacho Mendoza, I. M. (2021). Motivación laboral en una empresa de servicios de Lima, Perú.
- Paez Samaniego, F. E. (2019). La calidad del servicio y su influencia en la satisfacción de los clientes de la pollerías del distrito de Satipo 2019.
- Palacios Zurita, W. A., Félix López, M. E., & Ormaza Murillo, M. P. (2016). MEDICIÓN DE LA SATISFACCIÓN CON LA CALIDAD DEL SERVICIO PRESTADO EN UNA DIRECCIÓN FINANCIERA MUNICIPAL. ECA SINERGIA, 25.
- Peña Rivas, H. C., & Villón Perero, S. G. (2018). Motivación Laboral. Elemento Fundamental en el Éxito Organizacional. Revista Scientific, 181.
- Pérez, G. P. (2018). Atención al cliente y tramitación de consultas de servicios financieros. ADGN0210. IC Editorial.

- Posso Gordillo, V. E. (2022). Motivación laboral y su incidencia en la rotación del personal en la compañía azucarera Valdez SA en el año 2021 (Master's thesis, Quito-UISRAEL).
- Puma, M. (2020). La motivación laboral y el compromiso organizacional. *Ciencia y Desarrollo*, 23(3), 45-53.
- Resolución, N. N 0037-2021-CU-ULADECH Católica. (2021). Código de Ética para la Investigación V004. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.
- Restrepo, A. M., & Valencia, M. R. (2014). La motivación de los empleados: más allá de la "zanahoria y el garrote". 145.
- Revuelto-Taboada, L. (2018). Un enfoque estratégico de la motivación laboral y la satisfacción laboral. *Revista Perspectiva Empresarial*, 5(2), 7-26.
- Rivas, H. C. P., & Perero, S. G. V. (2018). Motivación laboral. Elemento fundamental en el éxito organizacional. *Revista Scientific*, 3(7), 177-192.
- Roncal Capcha, N. M. Calidad del servicio y satisfacción del cliente en la micro y pequeña empresa San Isidro fial SRL Satipo, 2020.
- Rosas Córdova, E. J. (2019). Gestión del talento humano y motivación laboral: caso gobierno regional Pasco–2017.
- Saad, D. D. (2018). Impact of Employee Motivation on Work Performance.
- Sánchez, T. R. (2016). Recursos humanos: dirección y gestión de personas en las organizaciones. Ediciones Octaedro.
- Santillan Ponce, M. T. (2021). Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro boutique de la ciudad de Huánuco, 2021.

- Torres, M., Salazar, F. G., & Paz, K. (2019). Métodos de recolección de datos para una investigación.
- Ubilla, M. A. B., Barreno, E. R. Z., Freire, F. O., & Sánchez, M. T. (2019). Fundamentos de calidad de servicio, el modelo Servqual. *Revista empresarial*, 13(2), 1-15.
- Valdivieso Solari, G. A. (2019) Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Huaral, 2019.
- Ventura-León, J. L. (2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista cubana de salud pública*, 43(4), 0-0.
- Victorio Huallpa, R. Y., & Riveros Mallqui, R. (2016). Impacto en la atención al cliente, con la implementación de la red social facebook en el Recreo Turístico la Perricholi, Huánuco, 2016.
- Ibañez R. P. Y. & Vargas E. C. N. (2020). desarrollo de un modelo para la mejora continua en la calidad de los servicios de atención al cliente de los cinemas de cine Colombia en Bogotá. *ingeniería industrial*, 600.

ANEXOS

Anexo 1: Cronograma de actividades

N°	Actividades	Año															
		2022															
		Julio				Agosto				Setiembre				Octubre			
		Semana				Semana				Semana				Semana			
		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 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.	Redacción 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 N	Total S/.
Suministros			
Impresiones	-	-	-
Fotocopias	-	-	-
Empastado	S/.40.00	3	S/.120.00
Papel bond A-4 (500 hojas)	S/.10.00	1	S/.10.00
Servicios			
Uso de Turnitin	S/50.00	2	S/ 100.00
Sub total			S/.100.00
Gastos de viaje			
Pasajes para recolectar información	-	-	-
Subtotal			-
TOTAL PRESUPUESTO DESEMBOLSABLE			S/.230.00
PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE (Universidad)			
Categoría	Base	% o N	Total S/.
Servicios			
Uso de internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	S/.30.00	4	S/.120.00
Búsqueda de información en base de datos	S/.35.00	2	S/.70.00
Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University - MOIC)	S/.40.00	4	S/.160.00
Publicación de artículo en repositorio institucional	S/.50.00	1	S/.50.00
Subtotal			S/. 400.00
Recurso Humano			
Asesoría personalizada (5 horas por semana)	S/ 63.00	4	S/ 252.00
Sub total			S/ 252.00
TOTAL PRESUPUESTO NO DESEMBOLSABLE			S/. 882.00

Anexo 3: Ficha remype



CONSULTA DEL REGISTRO NACIONAL DE LA MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA

REGISTRO NACIONAL DE MICRO Y PEQUEÑA EMPRESA - REMYPE (Desde el 20/10/2008)							
Nº DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	FECHA SOLICITUD	ESTADO/CONDICIÓN	FECHA DE ACREDITACIÓN	SITUACIÓN ACTUAL	RESOLUCION / OFICIO DGPE	FECHA DE BAJA / CANCELACIÓN
20600812590	COMPANIA DE INVERSIONES BPC E.I.R.L.	16/04/2020	ACREDITADO COMO MICRO EMPRESA.	24/04/2020	ACREDITADO	-----	-----

REGISTRO NACIONAL DE EMPRESAS ACOGIDAS AL REGIMEN ESPECIAL LABORAL - LEY 28015 (Hasta el 19/10/2008)			
Nº DE RUC.	RAZÓN SOCIAL	ESTADO	FECHA
NO SE ENCONTRARON RESULTADOS PARA ESTA BUSQUEDA			

Anexo 4: Autorización o permiso de la empresa

Pachacamac, 25 de julio del 2022

Srta.
Karol Rojas Oré
Bachiller de Administración de Empresas
Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Estimada investigadora,

Recientemente he recibido su solicitud para realizar su proyecto de tesis denominado "PROPUESTA DE MEJORA DE MOTIVACIÓN LABORAL Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA BOTICA PHARMACENTRAL DEL DISTRITO DE PACHACAMAC, 2022"; Tras revisar en detalle, me complace notificarle que apruebo su solicitud y autorizo realizar su proyecto en mi empresa, asimismo me gustaría que se acercase a mi oficina principal, con la finalidad de para hablar un poco más del tema, que podría ser de provecho tanto de usted como de nuestra empresa.

Sin más que decirle, me despido.

Atentamente,


BOTICAS PHARMACENTRAL
COMPAÑIA DE INVERSIONES BPC E.I.R.L.
RUC: 20600812590
Jhony Beltrán Huamán
Gerente General

Anexo 5: Consentimiento informado



CONSENTIMIENTO INFORMADO

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 LA MICROEMPRESA BOTICA PHARMACENTRAL DEL DISTRITO DE PACHACAMAC, 2022 y es dirigido por ROJAS ORÉ, KAROL, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la propuesta de mejora de la motivación laboral y atención al cliente permite un adecuado funcionamiento en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de un archivo digital de la investigación. Si desea, también podrá escribir al correo karolrojas.ore@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 Angeles de Chimbote.

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

Nombre: *Geandina Sharyf Yanilla Balthan*

Fecha: *17.07.22*

Correo electrónico: *balthan.geandina.1801@profmail.com*

Firma del participante:

[Firma manuscrita]

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

[Firma manuscrita]

Enlace de consentimiento informado de 07 colaboradores de la empresa:
https://drive.google.com/file/d/1Nfedd_jCeWMUMLXbk_ViJBTutId9HXcc/view?usp=sharing

A los clientes



CONSENTIMIENTO INFORMADO

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 LA MICROEMPRESA BOTICA PHARMACENTRAL DEL DISTRITO DE PACHACAMAC, 2022 y es dirigido por ROJAS ORÉ, KAROL, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Determinar si la propuesta de mejora de la motivación laboral y atención al cliente permite un adecuado funcionamiento en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022. Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de un archivo digital de la investigación. Si desea, también podrá escribir al correo karolrojas.ore@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: *Rosal Barcco Garrido*

Fecha: *21-07-2022*

Correo electrónico: *Barccoal_21@hotmail.com*

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

Enlace de consentimiento informado de 30 clientes de la empresa:
<https://drive.google.com/file/d/1mthsyjLDXiBBIZLqKgI0h8ElyUFBj6Mi/view?usp=sharing>

Anexo 6: Cuestionario



INSTRUMENTO

DE RECOLECCION DE DATOS

Estimado colaborador a continuación, le presentamos un cuestionario con 20 preguntas para cada variable, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

Marque con un x el puntaje se acomode a su criterio siendo 1 el más bajo y 5 el más alto como se detalla:

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

Ítems	Preguntas	MOTIVACION LABORAL				
		Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	Se siente seguro en su puesto de trabajo					
2	En la empresa que labora le cubre un seguro de vida y la de su familia					
3	La empresa se preocupa por su seguridad física					
4	La empresa está comprometida con desarrollar actividades de compañerismo					
5	Cree usted que en su área realizan un trabajo en equipos fomentando la amistad					
6	Su jefe directo es amical con usted					
7	Los directivos de la empresa tienen cercanía con el personal operativo					
8	La empresa respeta sus opiniones para mejorar su desempeño					
9	La empresa premia su éxito reconociendo al personal					
10	Se siente satisfecho con los incentivos brindados por la empresa					

Ítems	Preguntas	Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
1	La empresa cuenta con las instalaciones adecuadas					
2	Los equipos son adecuados para el desempeño de su labor					
3	El personal de la empresa cuenta con el correcto uniforme					
4	El trato del personal es amable					
5	Con respecto al área de recepción el personal es alegre					
6	El área de atención brinda la atención afectiva y de calidad					
7	El área de atención de atención se esfuerza por brindar un servicio de calidad					
8	Los servicios brindados por la empresa es rápido y puntual					
9	Los servicios que le ofrece la empresa es con dedicación y responsabilidad					
10	El personal de la empresa está bien capacitado para resolver sus interrogantes					

Anexo 7: Validación de instrumento

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Tolomeo Ventura Hurtado

1.2. Grado Académico: Magister

1.3. Profesión: Administrador

1.4. Institución donde labora: Red de Salud Satipo

1.5. Cargo que desempeña: Jefe de personal

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Rojas Ore Karol

1.8. Carrera: Administración de Empresas

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: VARIABLE MOTIVACION

LABORAL

N° 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:							
¿Se siente seguro en su puesto de trabajo?	X		X		X		
¿En la empresa que labora le cubre un seguro de vida y la de su familia?	X		X		X		
¿La empresa se preocupa por su seguridad física?	X		X		X		
Dimensión 2:							
¿La empresa está comprometida con desarrollar actividades de compañerismo?	X		X		X		
¿Cree usted que en su área realizan un trabajo en equipos fomentando la amistad?	X		X		X		
¿Su jefe directo es amical con usted?	X		X		X		
Dimensión 3:							
¿Los directivos de la empresa	X		X		X		

tienen cercanía con el personal operativo?							
¿La empresa respeta sus opiniones para mejorar su desempeño?	X		X		X		
¿La empresa premia su éxito reconociendo al personal?	X		X		X		
¿Se siente satisfecho con los incentivos brindados por la empresa?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 1: VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

N° 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:							
¿La empresa cuenta con las instalaciones adecuadas?	X		X		X		
¿Los equipos son adecuados para el desempeño de su labor?	X		X		X		
¿El personal de la empresa cuenta con el correcto uniforme?	X		X		X		
Dimensión 2:							
¿El trato del personal es amable?	X		X		X		
¿Con respecto al área de recepción el personal es alegre?	X		X		X		
¿El área de atención brinda la atención afectiva y de calidad?	X		X		X		
Dimensión 3:							
¿El área de atención de atención se esfuerza por brindar un servicio de calidad?	X		X		X		
¿Los servicios brindados por la empresa es rápido y puntual?	X		X		X		
¿Los servicios que le ofrece la empresa es con dedicación y responsabilidad?	X		X		X		
¿El personal de la empresa está bien capacitado para resolver sus interrogantes?	X		X		X		

Otras observaciones generales:

.....
.....



TOLOMEO VENTURA HURTADO

DNI: 21010311

CLAD: 4579

Cel: 921437776

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Walter Antonio Espinoza Osorio

1.2. Grado Académico: Magister

1.3. Profesión: Administrador

1.4. Institución donde labora: Municipalidad de Mazamari

1.5. Cargo que desempeña: Logística

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Rojas Ore Karol

1.8. Carrera: Administración de Empresas

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: VARIABLE MOTIVACION

LABORAL

N° 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:							
¿Se siente seguro en su puesto de trabajo?	X		X		X		
¿En la empresa que labora le cubre un seguro de vida y la de su familia?	X		X		X		
¿La empresa se preocupa por su seguridad física?	X		X		X		
Dimensión 2:							
¿La empresa está comprometida con desarrollar actividades de compañerismo?	X		X		X		
¿Cree usted que en su área realizan un trabajo en equipos fomentando la amistad?	X		X		X		
¿Su jefe directo es amical con usted?	X		X		X		
Dimensión 3:							
¿Los directivos de la empresa tienen cercanía con el personal operativo?	X		X		X		

¿La empresa respeta sus opiniones para mejorar su desempeño	X		X		X		
¿La empresa premia su éxito reconociendo al personal?	X		X		X		
¿Se siente satisfecho con los incentivos brindados por la empresa?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 1: VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

N° 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:							
¿La empresa cuenta con las instalaciones adecuadas?	X		X		X		
¿Los equipos son adecuados para el desempeño de su labor?	X		X		X		
¿El personal de la empresa cuenta con el correcto uniforme?	X		X		X		
Dimensión 2:							
¿El trato del personal es amable?	X		X		X		
¿Con respecto al área de recepción el personal es alegre?	X		X		X		
¿El área de atención brinda la atención afectiva y de calidad?	X		X		X		
Dimensión 3:							
¿El área de atención de atención se esfuerza por brindar un servicio de calidad?	X		X		X		
¿Los servicios brindados por la empresa es rápido y puntual?	X		X		X		
¿Los servicios que le ofrece la empresa es con dedicación y responsabilidad?	X		X		X		
¿El personal de la empresa está bien capacitado para resolver sus interrogantes?	X		X		X		

Otras observaciones generales:

.....
.....



WALTER ANTONIO ESPINOZA OSORIO
DNI: 42231157
CLAD: 05601
Cel: 996325894

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Nerio Fidel Benito Gonzales

1.2. Grado Académico: Magister

1.3. Profesión: Administrador

1.4. Institución donde labora: Universidad Nacional Intercultural Juan Santos Atahualpa

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Rojas Ore Karol

1.8. Carrera: Administración de Empresas

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: VARIABLE MOTIVACION

LABORAL


N° 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:							
¿Se siente seguro en su puesto de trabajo?	X		X		X		
¿En la empresa que labora le cubre un seguro de vida y la de su familia?	X		X		X		
¿La empresa se preocupa por su seguridad física?	X		X		X		
Dimensión 2:							
¿La empresa está comprometida con desarrollar actividades de compañerismo?	X		X		X		
¿Cree usted que en su área realizan un trabajo en equipos fomentando la amistad?	X		X		X		
¿Su jefe directo es amical con usted?	X		X		X		
Dimensión 3:							
¿Los directivos de la empresa tienen cercanía con el personal operativo?	X		X		X		

¿La empresa respeta sus opiniones para mejorar su desempeño	X		X		X		
¿La empresa premia su éxito reconociendo al personal?	X		X		X		
¿Se siente satisfecho con los incentivos brindados por la empresa?	X		X		X		

Ítems correspondientes al Instrumento 1: VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

N° 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:							
¿La empresa cuenta con las instalaciones adecuadas?	X		X		X		
¿Los equipos son adecuados para el desempeño de su labor?	X		X		X		
¿El personal de la empresa cuenta con el correcto uniforme?	X		X		X		
Dimensión 2:							
¿El trato del personal es amable?	X		X		X		
¿Con respecto al área de recepción el personal es alegre?	X		X		X		
¿El área de atención brinda la atención afectiva y de calidad?	X		X		X		
Dimensión 3:							
¿El área de atención de atención se esfuerza por brindar un servicio de calidad?	X		X		X		
¿Los servicios brindados por la empresa es rápido y puntual?	X		X		X		
¿Los servicios que le ofrece la empresa es con dedicación y responsabilidad?	X		X		X		
¿El personal de la empresa está bien capacitado para resolver sus interrogantes?	X		X		X		

Otras observaciones generales:


Lic. Adm. Nerio Fidel Benito Gonzales
CLAD-16676

NERIO FIDEL BENITO GONZALES

DNI: 20669577

CLAD: 16676

Cel: 945872165

Anexo 8: Hoja de tabulación

MOTIVACION LABORAL				
Preguntas	Frecuencia	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
¿Se siente seguro en su puesto de trabajo?	Nunca	II	2	28.60
	Muy pocas veces	IIII	5	71.40
	Algunas veces	-	0	0.00
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIII	7	100.00
¿En la empresa que labora le cubre un seguro de vida y la de su familia?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIII	6	85.70
	Algunas veces	I	1	14.30
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIII	7	100.00
¿La empresa se preocupa por su seguridad física?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIII	5	71.40
	Algunas veces	II	2	28.60
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIII	7	100.00
¿La empresa está comprometida con desarrollar actividades de compañerismo?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIII	5	71.40
	Algunas veces	II	2	28.60
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIII	7	100.00
¿Cree usted que en su área realizan un trabajo en equipos fomentando la amistad?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	II	2	28.60
	Algunas veces	IIII	5	71.40
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIII	7	100.00
¿Su jefe directo es amical con usted?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	II	2	28.60
	Algunas veces	IIII	5	71.40
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIII	7	100.00
¿Los directivos de la empresa tienen cercanía con el personal operativo?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	II	2	28.60
	Algunas veces	IIII	5	71.40
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIII	7	100.00
¿La empresa respeta sus opiniones para mejorar su desempeño?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIII	6	85.70
	Algunas veces	I	1	14.30
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIII	7	100.00

	Total	IIIIII	7	100.00
¿La empresa premia su éxito reconociendo al personal?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	II	2	28.60
	Algunas veces	IIII	5	71.40
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIII	7	100.00
¿Se siente satisfecho con los incentivos brindados por la empresa?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	I	1	14.30
	Algunas veces	IIIIII	6	85.70
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIII	7	100.00

ATENCION AL CLIENTE				
Preguntas	Frecuencia	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
¿La empresa cuenta con las instalaciones adecuadas?	Nunca	I	1	3.30
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	28	93.40
	Algunas veces	I	1	3.30
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	30	100.00
¿Los equipos son adecuados para el desempeño de su labor?	Nunca	I	1	3.30
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII IIIIIIII	25	83.40
	Algunas veces	IIII	4	13.30
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	30	100.00
¿El personal de la empresa cuenta con el correcto uniforme?	Nunca	I	1	3.30
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII	13	43.40
	Algunas veces	IIIIIIIIII	16	53.30
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	30	100.00
¿El trato del personal es amable?	Nunca	IIII	6	20.00
	Muy pocas veces	IIIIIIIIII III	18	60.00
	Algunas veces	IIII	6	20.00
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	30	100.00
¿Con respecto al área de recepción el personal es alegre?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIIIII	8	26.60
	Algunas veces	IIIIIIII	11	36.70

	Casi siempre	IIIIIIII	11	36.70
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIIIIIII IIIIIIIIII	30	100.00
¿El área de atención brinda la atención afectiva y de calidad?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIIIIIII	9	30.00
	Algunas veces	IIIIIIIIIIII IIII	21	70.00
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	30	100.00
¿El área de atención de atención se esfuerza por brindar un servicio de calidad?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIIIIIII	8	26.70
	Algunas veces	IIIIIIIIIIII IIII	22	73.30
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	30	100.00
¿Los servicios brindados por la empresa es rápido y puntual?	Nunca	IIII	6	20.00
	Muy pocas veces	IIIIIIIIIIII IIIIII	23	76.70
	Algunas veces	I	1	3.30
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	30	100.00
¿Los servicios que le ofrece la empresa es con dedicación y responsabilidad?	Nunca	I	1	3.30
	Muy pocas veces	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIII	27	90.00
	Algunas veces	II	2	6.70
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	30	100.00
¿El personal de la empresa está bien capacitado para resolver sus interrogantes?	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	IIIIIIIIIIII IIII	20	66.70
	Algunas veces	IIIIIIIIII	10	33.30
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre	-	0	0.00
	Total	IIIIIIIIIIII IIIIIIIIIIII	30	100.00

Anexo 9: Figuras

Características de la seguridad de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

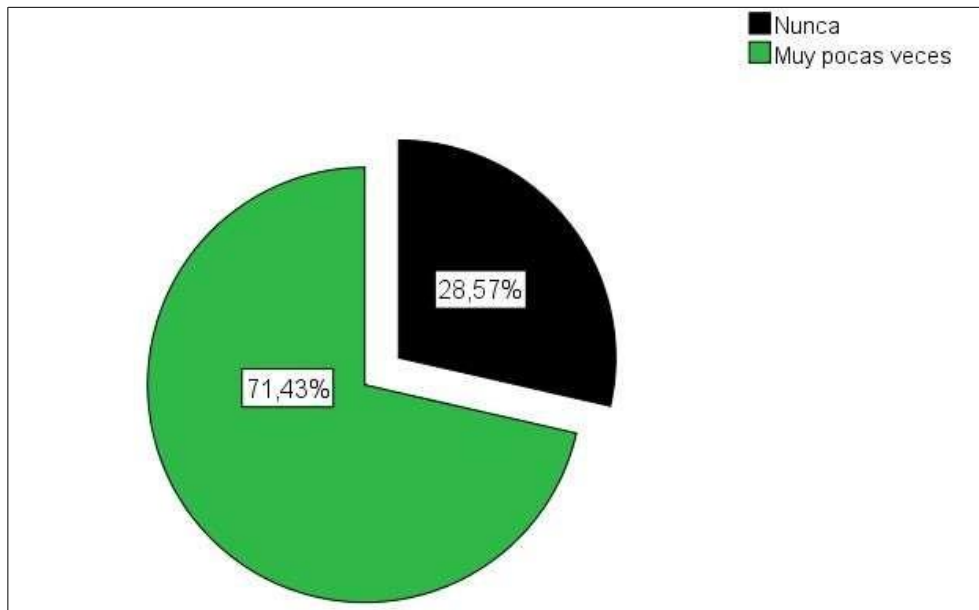


Figura 1: Se siente seguro en su puesto de trabajo

Fuente: Tabla 1

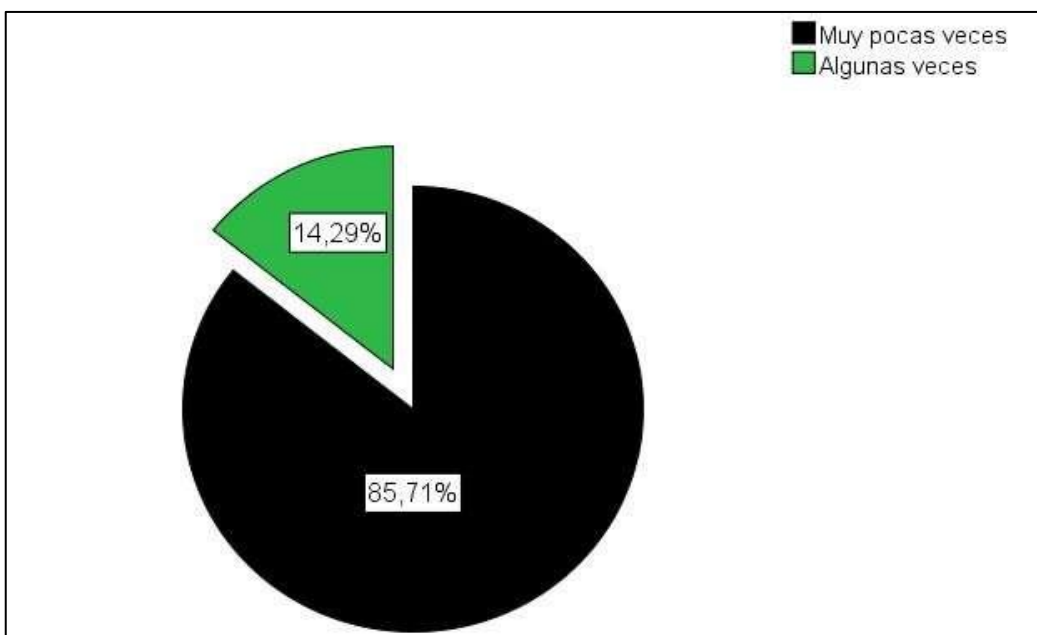


Figura 2: En la empresa que labora le cubre un seguro de vida y la de su familia

Fuente: Tabla 1

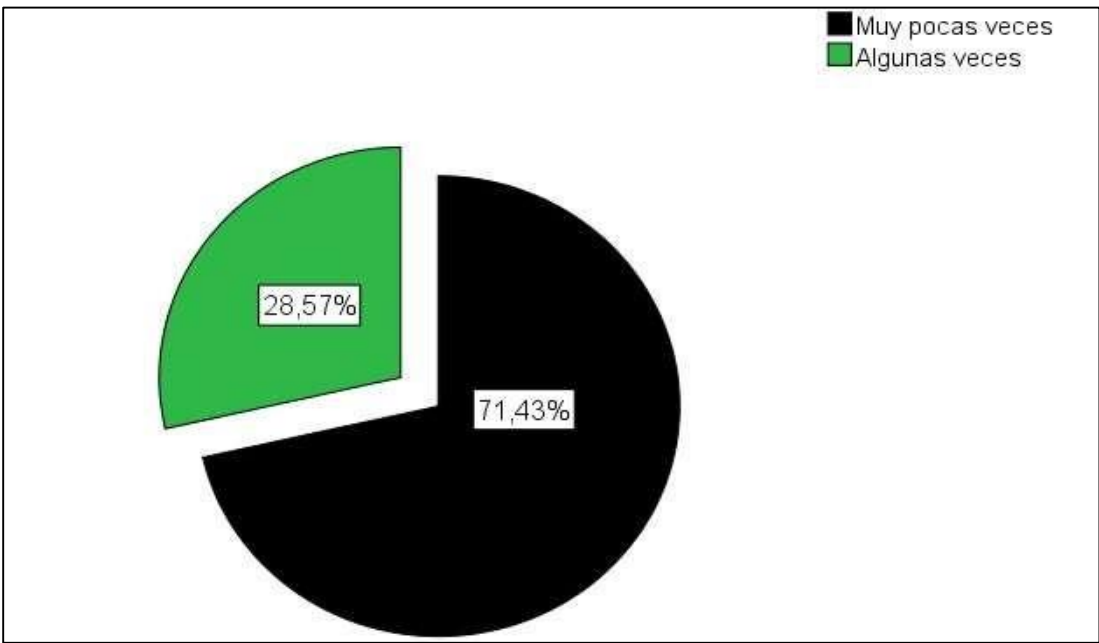


Figura 3: La empresa se preocupa por su seguridad física

Fuente: Tabla 1

Características de la pertenencia de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

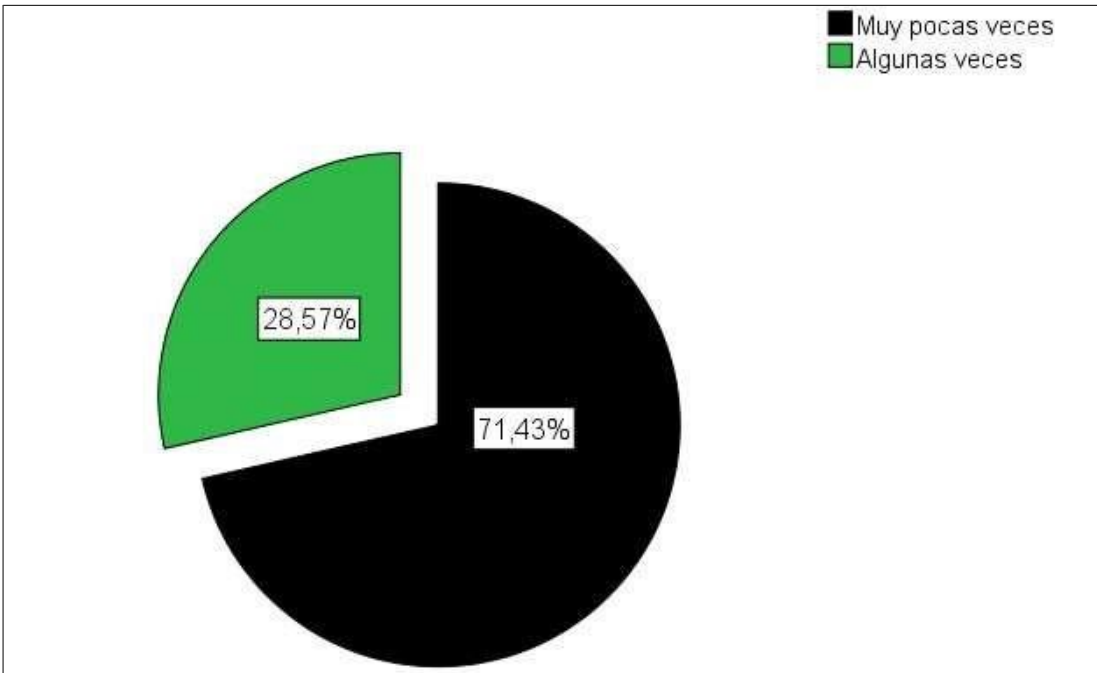


Figura 4: La empresa está comprometida con desarrollar actividades de compañerismo

Fuente: Tabla 2

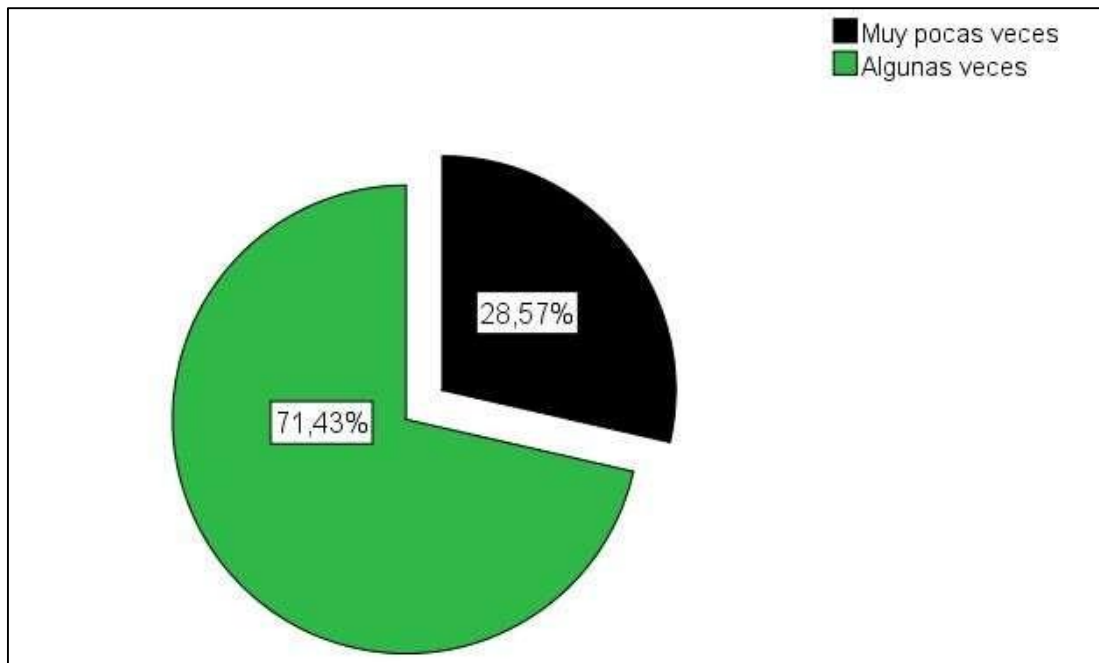


Figura 5: Cree usted que en su área realizan un trabajo en equipos fomentando la amistad

Fuente: Tabla 2

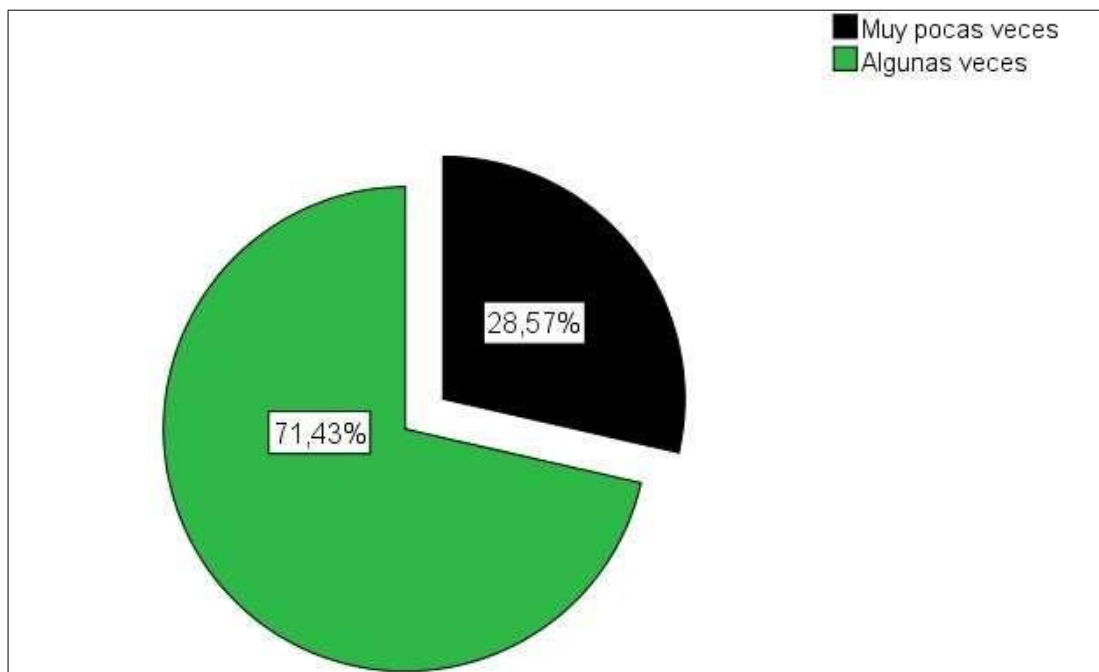


Figura 6: Su jefe directo es amical con usted

Fuente: Tabla 2

Características del reconocimiento de la motivación laboral en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

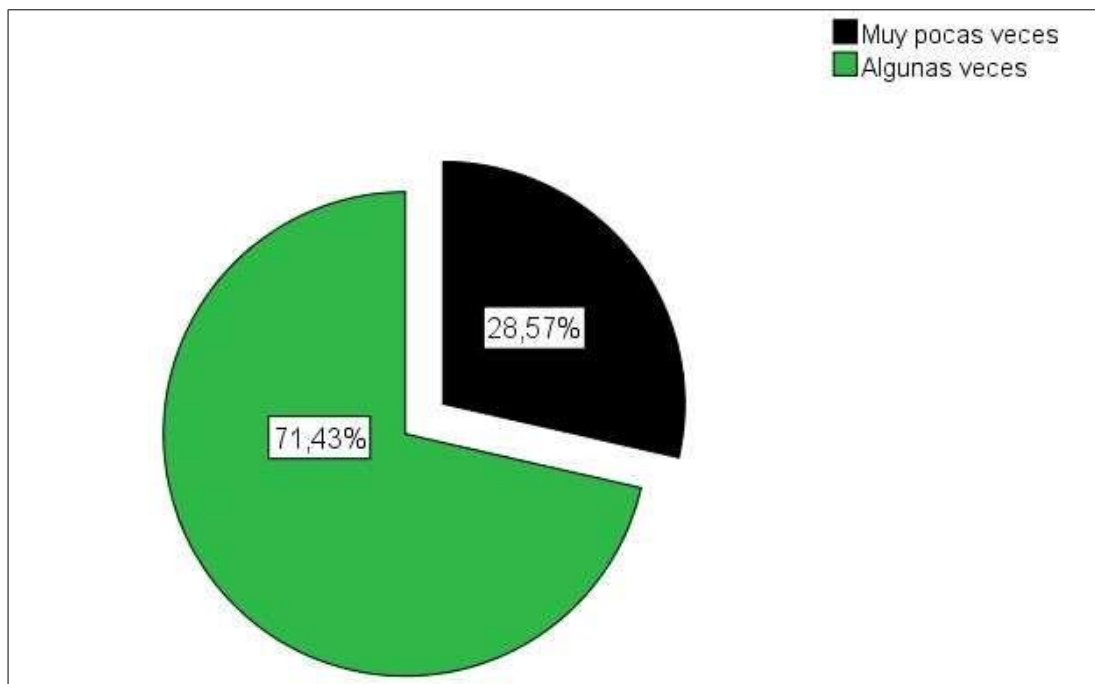


Figura 7: Los directivos de la empresa tienen cercanía con el personal operativo

Fuente: Tabla 3

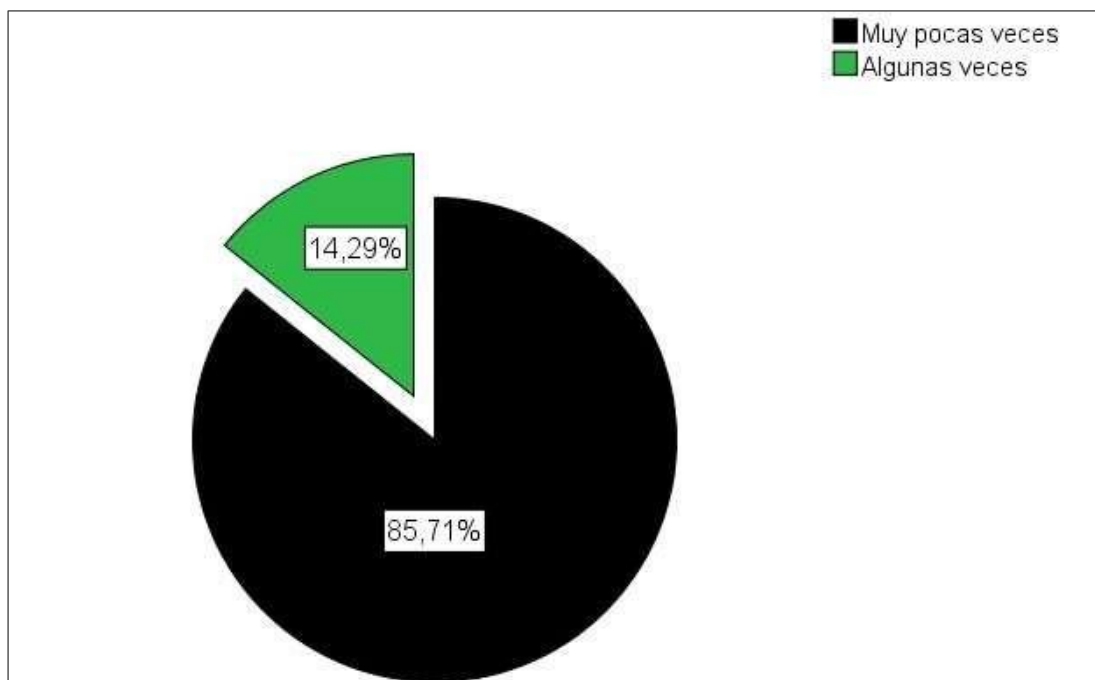


Figura 8: La empresa respeta sus opiniones para mejorar su desempeño

Fuente: Tabla 3

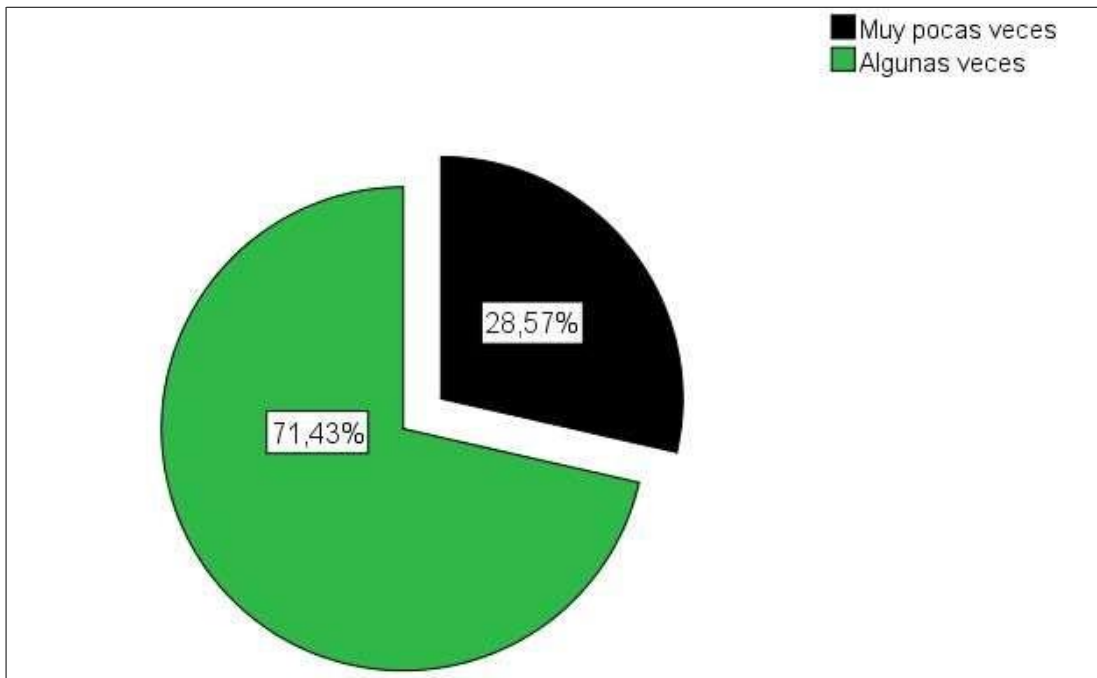


Figura 9: La empresa premia su éxito reconociendo al personal

Fuente: Tabla 3

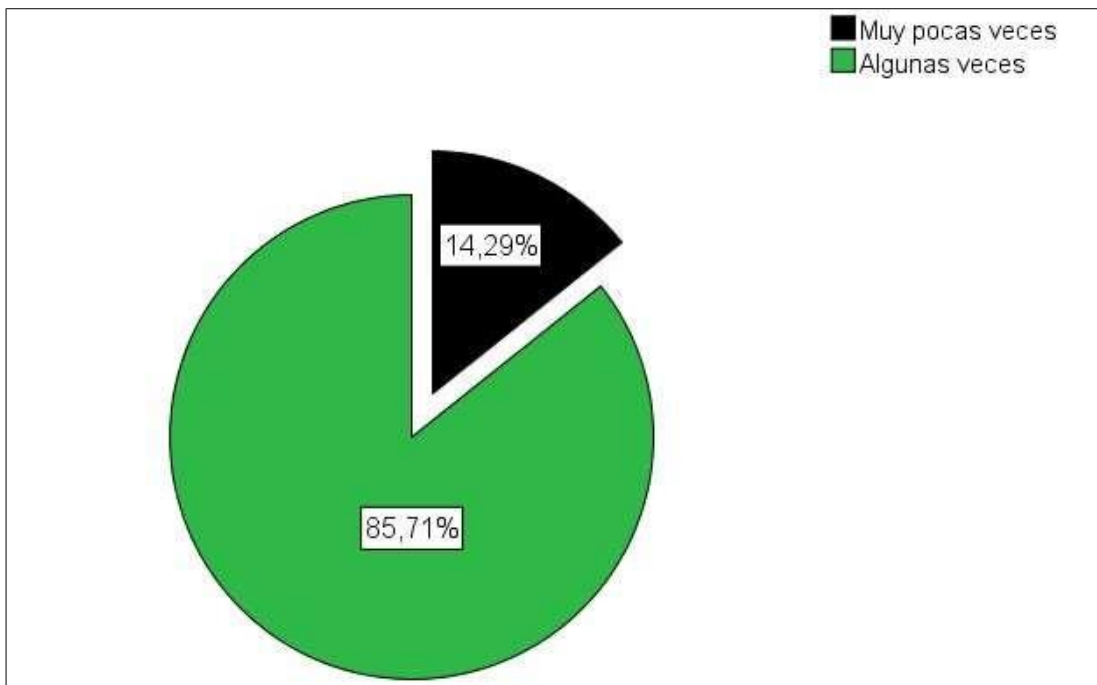


Figura 10: Se siente satisfecho con los incentivos brindados por la empresa

Fuente: Tabla 3

Características de los elementos tangibles de la atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

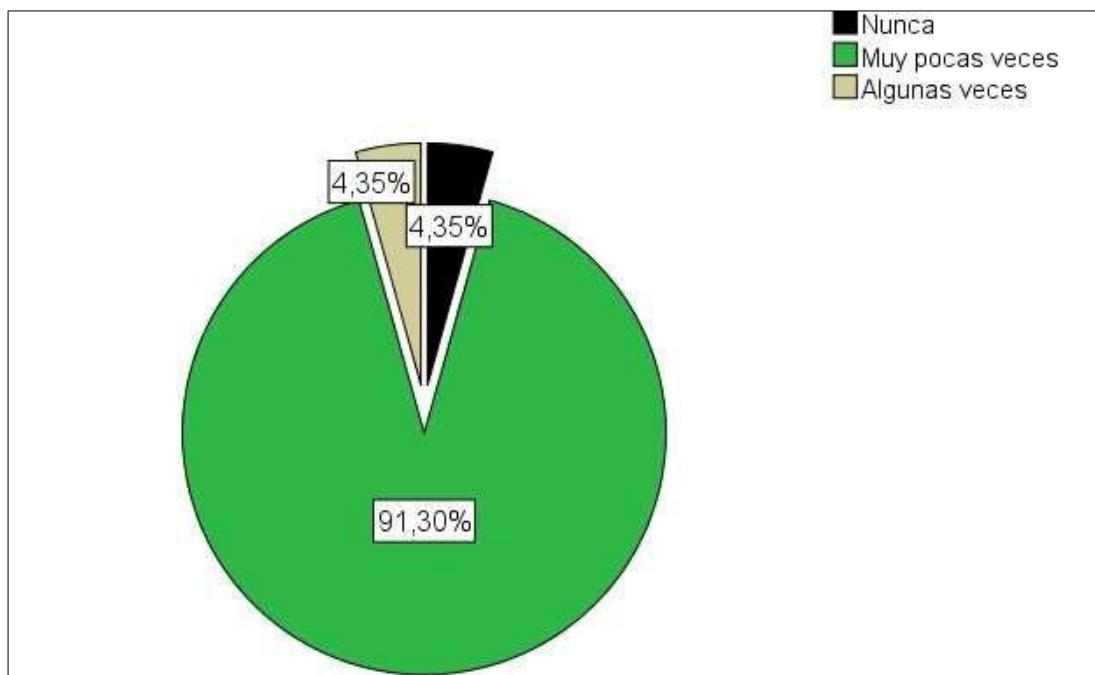


Figura 11: La empresa cuenta con las instalaciones adecuadas

Fuente: Tabla 4

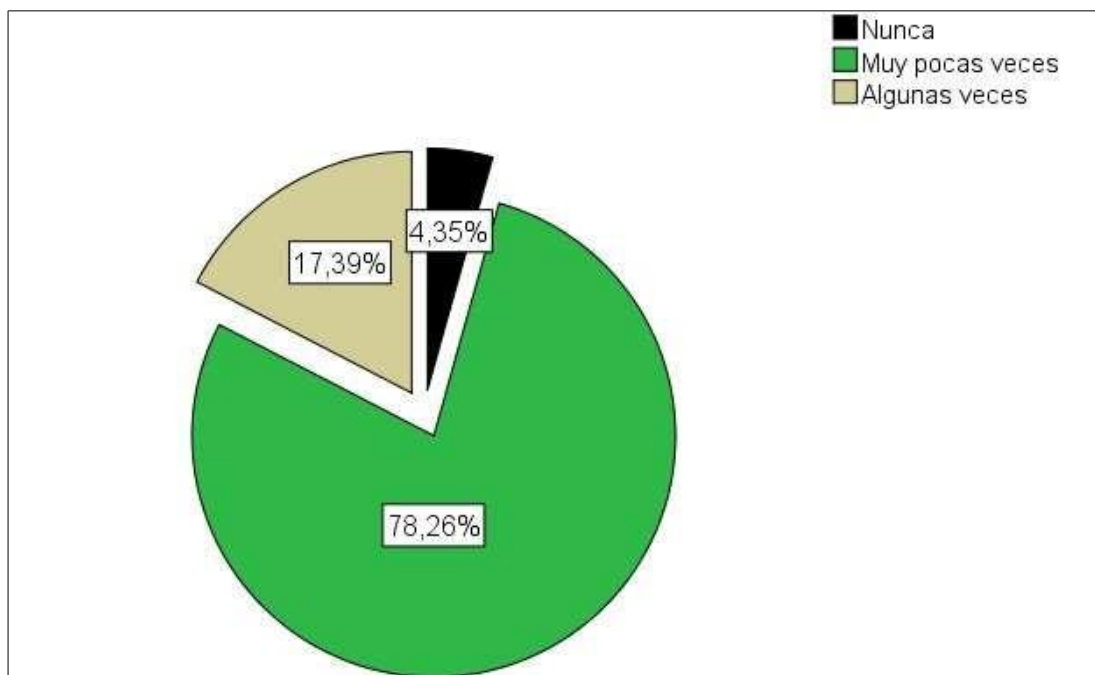


Figura 12: Los equipos son adecuados para el desempeño de su labor

Fuente: Tabla 4

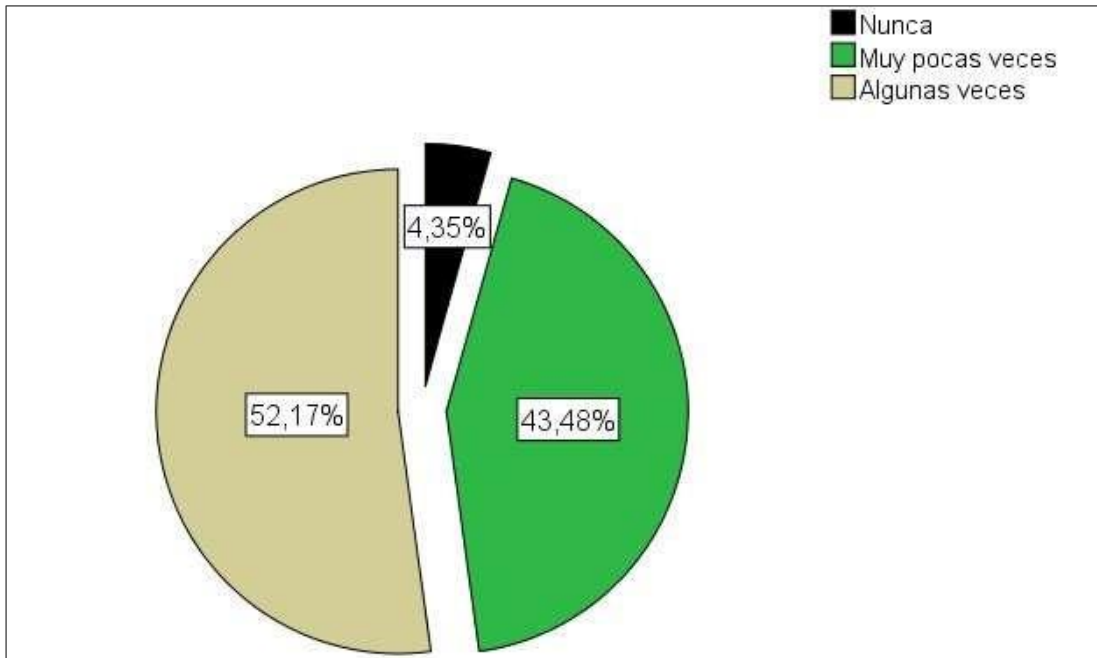


Figura 13: El personal de la empresa cuenta con el correcto uniforme

Fuente: Tabla 4

Características de la empatía de la atención al cliente en la microempresa botica Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

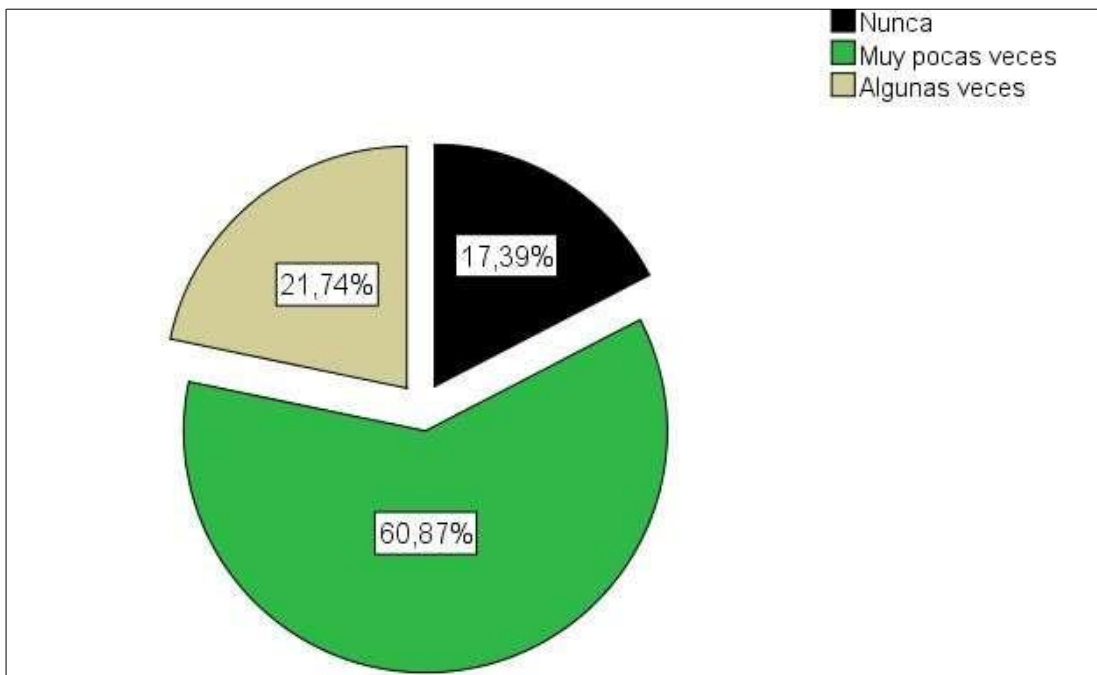


Figura 14: El trato del personal es amable

Fuente: Tabla 5

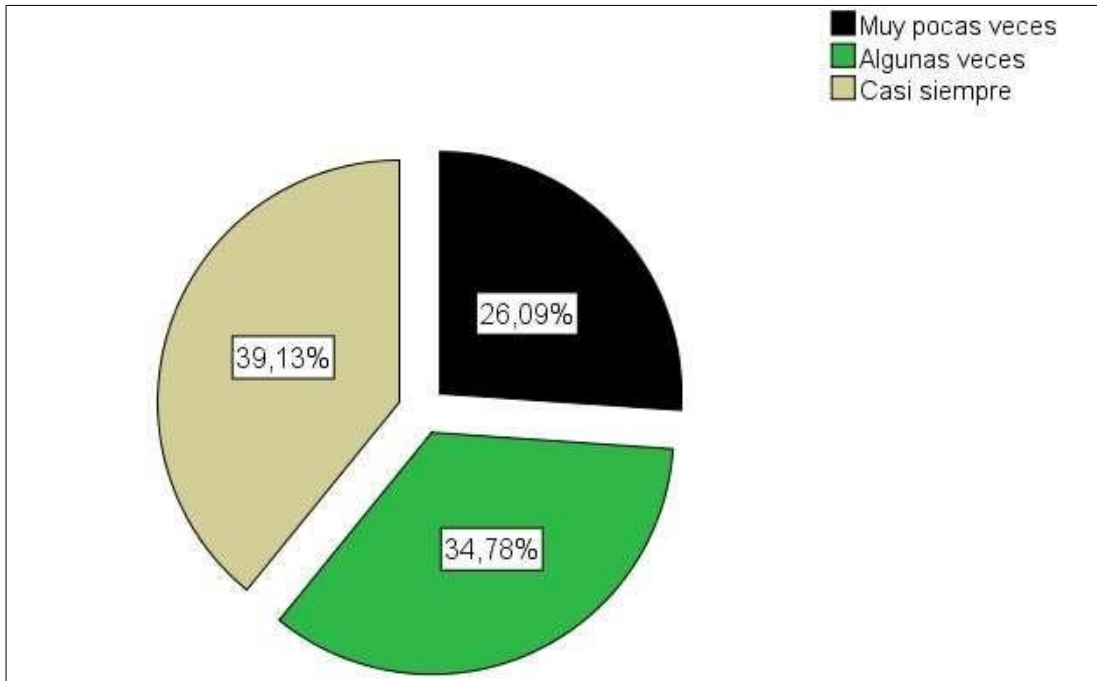


Figura 15: Con respecto al área de recepción el personal es alegre

Fuente: Tabla 5

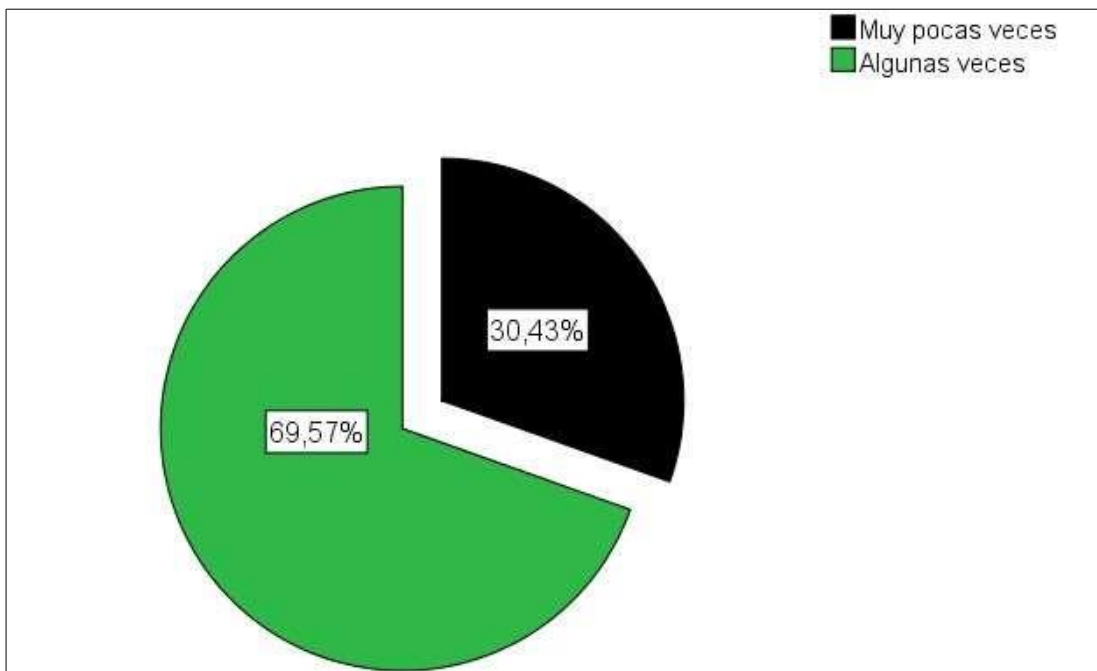


Figura 16: El área de atención brinda la atención afectiva y de calidad

Fuente: Tabla 5

Características de la fiabilidad de la atención al cliente en la microempresa botica
Pharmacentral del distrito de Pachacamac, 2022.

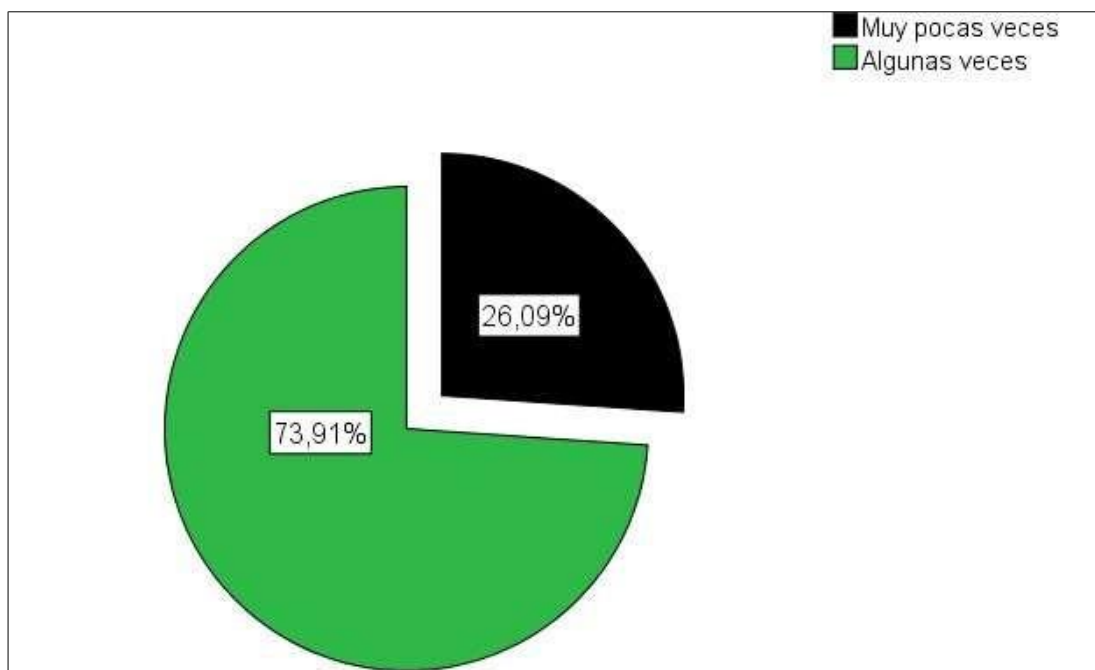


Figura 17: El área de atención de atención se esfuerza por brindar un servicio de calidad

Fuente: Tabla 6

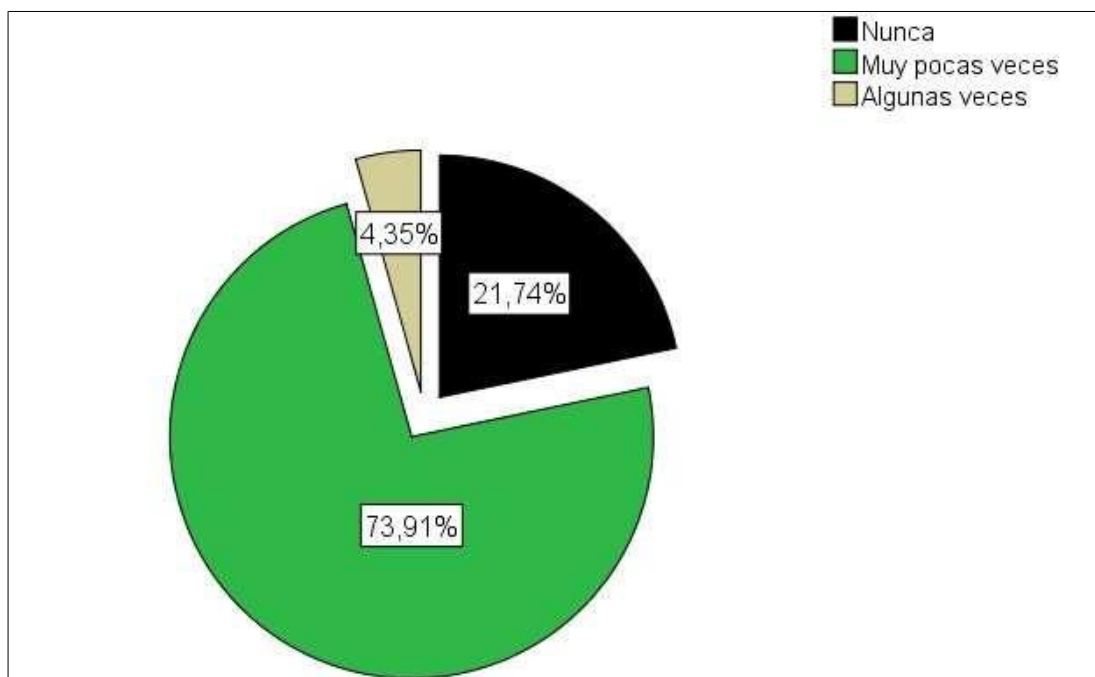


Figura 18: Los servicios brindados por la empresa es rápido y puntual

Fuente: Tabla 6

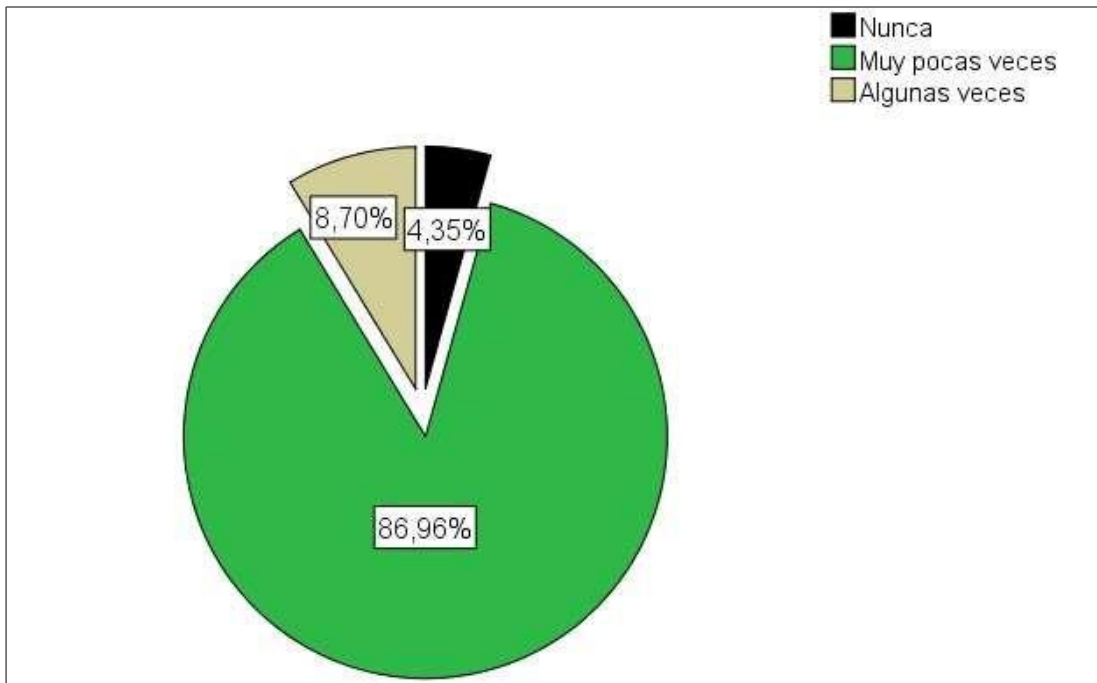


Figura 19: Los servicios que le ofrece la empresa es con dedicación y responsabilidad

Fuente: Tabla 6

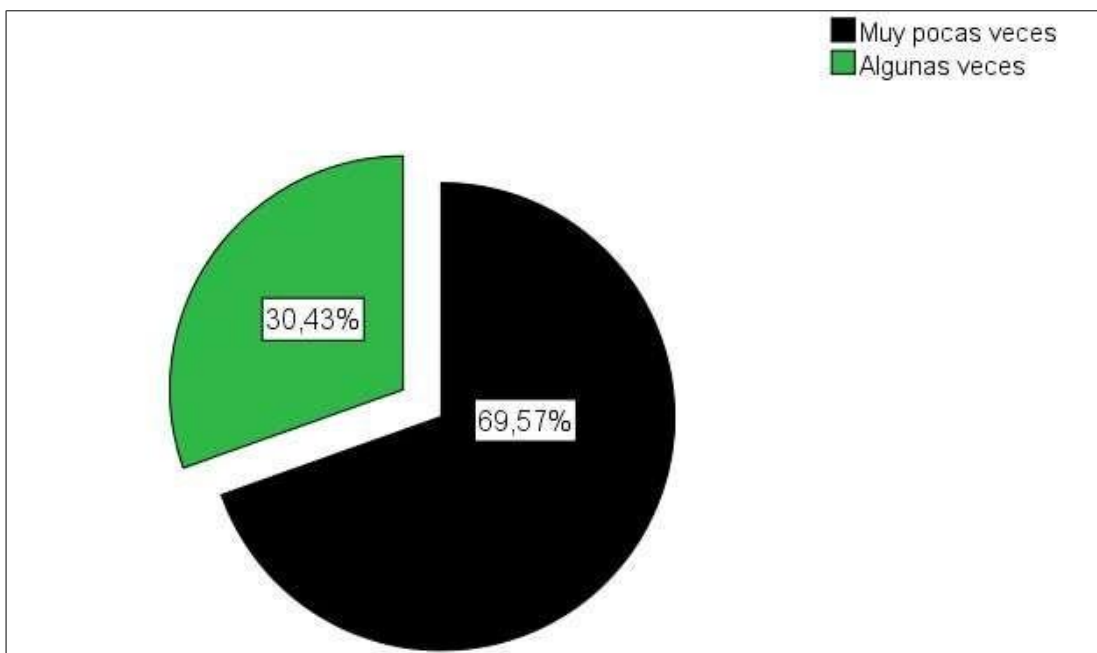


Figura 20: El personal de la empresa está bien capacitado para resolver sus interrogantes

Fuente: Tabla 6