



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y
MOTIVACIÓN DEL PERSONAL EN LA MICROEMPRESA
CEVICHERIA RESTAURANT "MILAGRITOS", CALLERÍA,
PUCALLPA, 2022

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

AUTOR

SHAHUANO RODRIGUEZ, FIORELA MILAGROS
ORCID: 0000-0002-9616-1532

ASESOR

MGTR. ESTRADA DIAZ, ELIDA ADELIA
ORCID: 0000-0001-9618-6177

CHIMBOTE – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Shahuano Rodríguez, Fiorela Milagros

ORCID: 0000-0002-9616-1532

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, Chimbote, Perú

ASESOR

Mgr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Universidad Católica Los Ángeles Chimbote

Facultad de Ciencias e Ingeniería

Escuela Profesional de Administración, Chimbote, Perú

JURADO

Mgr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID 0000 0003 2177 5676

Dr. Salinas Gamboa, José Germán

ORCID 0000-0002-8491-0751

Dra. Mino Asencio, María Isabel

ORCID 0000-0003-1132-2243

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Mgtr. Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID 0000 0003 2177 5676

Presidente

Dr. Salinas Gamboa, José German

ORCID 0000-0002-8491-0751

Miembro

Dra. Mino Asencio, María Isabel

ORCID 0000-0003-1132-2243

Miembro

Mgtr. Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios,

A mi madre

DEDICATORIA

A mi madre

A mi familia.

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: determinar si la propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal permite un óptimo funcionamiento de la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022. La investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental-transversal-descriptivo de propuesta. En la investigación se utilizaron dos poblaciones: para la variable atención al cliente una población infinita de clientes y para la variable motivación del personal una población finita compuesta por 6 trabajadores de la microempresa cevichería restaurant "Milagritos" del distrito de Callería en la ciudad de Pucallpa. La muestra para la variable atención al cliente fue de 384 clientes y la muestra para la variable motivación del personal es tipo censal, que tomó a los seis trabajadores. La técnica fue la encuesta y como instrumento dos cuestionarios de nueve y doce preguntas. Como resultados, el 54.16% de los clientes percibe que la empresa planifica la atención al cliente; el 63.80% de los clientes indican que casi siempre perciben el control de calidad en la atención brindada; por otro lado, el 66.67% de los trabajadores indican que siempre se sienten en la capacidad de desempeñar su trabajo, comprenden la meta que deben cumplir y se sienten empoderados en su puesto de trabajo. Como conclusión final, las acciones de la gerencia generan motivación en el trabajador que se traduce en un desempeño favorable con la mejor voluntad para atender las necesidades y lograr la satisfacción de cliente.

Palabras clave: atención al cliente, motivación laboral, trabajador.

ABSTRACT

The general objective of the research was to determine if the proposal to improve customer service and staff motivation allows an optimal operation of the microenterprise cevichichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022. The research was of quantitative type, descriptive level, non-experimental design - transversal-descriptive proposal. Two populations were used in the research: for the variable customer service, an infinite population of customers and for the variable personnel motivation, a finite population composed of 6 workers of the microenterprise cevichichería restaurant "Milagritos" in the district of Callería in the city of Pucallpa. The sample for the variable customer service was 384 clients and the sample for the variable staff motivation is a census sample, which took the six workers. The technique was the survey and the instrument was two questionnaires of nine and twelve questions. As results, 54.16% of the clients perceive that the company plans customer service; 63.80% of the clients indicate that they almost always perceive quality control in the service provided; on the other hand, 66.67% of the workers indicate that they always feel capable of performing their work, understand the goal to be achieved and feel empowered in their job. As a final conclusion, the actions of the management generate motivation in the worker that translates into a favorable performance with the best will to meet the needs and achieve customer satisfaction.

Key words: customer service, work motivation, employee.

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y dedicatoria	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras	x
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	6
III. HIPÓTESIS	32
IV. METODOLOGÍA.....	33
4.1 Diseño de la investigación	33
4.2 Población y muestra	35
4.3 Definición y operacionalización de las variables.....	38
4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	40
4.5 Plan de análisis.....	40
4.6 Matriz de consistencia.....	42
4.7 Principios éticos	44
V. Resultados.....	46
5.1 Resultados	46
5.2 Análisis de resultados.....	54
VI. Conclusiones.....	59
ASPECTOS COMPLEMENTARIOS	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69

ANEXOS	73
Anexo 1. Cronograma de actividades	73
Anexo 2. Presupuesto	74
Anexo 3. Instrumento de recolección de datos, variable cliente	75
Anexo 4. Instrumento de recolección de datos, variable motivación laboral.....	76
Anexo 5. Carta de solicitud de autorización	88
Anexo 6. Carta de aceptación.....	89
Anexo 7. Consentimiento informado	90
Anexo 8. Validación de instrumento.....	93
Anexo 9. Tabulaciones.....	102
Anexo 10. Figuras	108
Anexo 11. Evidencia fotográfica.....	119

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Características de la planificación en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.	46
Tabla 2 Características de la comunicación con los clientes en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.	47
Tabla 3 Características de auditoría del servicio en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.	48
Tabla 4. Características de logro del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.	49
Tabla 5. Características de afiliación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.	50
Tabla 6. Características de poder del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.	51
Tabla 7. Elaborar una propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.	52

INDICE DE FIGURAS

Figura 1. La empresa planifica la atención al cliente.....	108
Figura 2. Percibe que se planifica el flujo de servicio	108
Figura 3. Percibe que se atiende rápidamente las contingencias	109
Figura 4. La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción	109
Figura 5. El mensaje de confianza es mejor que la competencia.....	110
Figura 6. Se preocupan por la satisfacción del cliente.....	110
Figura 7. Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente..	111
Figura 8. El personal se encuentra empoderado para tomar decisiones	112
Figura 9. Percibe que existe una mejora en la atención al cliente.....	112
Figura 10. Considera que posee la capacidad para realizar su labor	113
Figura 11. Comprende la meta que debe cumplir	113
Figura 12. Comprende que la meta establecida por la empresa debe cumplirse	113
Figura 13. Considera que al cumplir la meta se desarrolla como persona.....	114
Figura 14. Al realizar sus funciones se siente integrado a la empresa.....	114
Figura 15. Siente satisfacción al realizar sus funciones.....	115
Figura 16. Realiza y cumple su trabajo que le genera estabilidad.	115
Figura 17. Existe una interrelación con su superior y compañeros	116
Figura 18. Realiza su trabajo y le genera un mejor posicionamiento en la organización.	116

Figura 19. Tiene confianza que sus superiores valoran su contribución.	117
Figura 20. Considera que su trabajo contribuye al desarrollo de la empresa	117
Figura 21. Considera que su trabajo está orientado a la satisfacción del cliente	118

I. INTRODUCCIÓN

A nivel mundial, en un ambiente de constantes cambios, las empresas se van adaptando a las condiciones del mercado con la finalidad de posicionarse en el segmento elegido y lograr rentabilidad, sin embargo, son muy pocas las que establecen sistemas para reforzar la motivación en sus colaboradores, por el contrario, el trabajo no es valorado ni compensado, trayendo insatisfacción laboral y limitando la productividad y la relación con el cliente.

De acuerdo a un estudio sobre factores relevantes de motivación laboral (Evia, 2019), se tomó referencia a 13 países: Estados Unidos, China, Brasil, Italia, Australia, Gran Bretaña, Alemania, Francia, Canadá, México, Argentina y España, donde se llegó a la conclusión que directamente -a excepción de Estados Unidos y China- que los trabajadores están muy poco motivados. Por esta razón, muchas empresas sufren de baja productividad.

Cuando nos referimos a motivación, es cuando la empresa conscientemente genera un escenario laboral adecuado, es decir con las condiciones y entrega de confianza para que el colaborador se desempeñe con bienestar y seguridad hacia el logro de los objetivos de la empresa relacionados a la satisfacción de sus clientes mediante estrategias de atención al cliente, las cuales hoy acompañan a toda operación comercial que no desea ceder ningún espacio a la competencia en su relación con el cliente.

En el actual contexto empresarial nacional que se presentó para el año 2022, obliga a las micro y pequeñas empresas a ser más competitivas, a preocuparse por una gestión que genere valor para el cliente, porque ya no se trata de solo mercados, sino

que los mercados están integrados por personas que tienen sus propias expectativas, percepciones, motivaciones y objetivos a los cuales deben ser identificados, analizados y alineados a los objetivos de las empresas. En ese afán, las empresas necesitan a su vez identificar los aspectos emocionales de sus trabajadores para lograr una armonía y compatibilización con sus objetivos a fin de juntos caminar hacia el objetivo empresarial principal: satisfacer al cliente. De gestionarse correctamente, las estrategias de atención al cliente estarán potenciadas por trabajadores motivados que alinean sus objetivos a los objetivos de las empresas y a las expectativas de los clientes, (Giacomozzi et al., 2018)

Por otra parte, en el distrito de Callería donde se realizó la investigación, los emprendimientos empresariales en el rubro gastronómico de cevichería-restaurant, constituyen una de las especialidades con mayor presencia en el distrito porque se combina el agradable ceviche con matices de la costa y la selva. La mayoría de estos emprendimientos no alcanzan el año de duración en el mercado, porque carecen de una gestión con calidad y un nivel esperado de atención al cliente. La situación real se relaciona a una problemática de nivel de servicio, el cual no va alineado a la demanda y preferencia por este exquisito plato. Cuando el personal no satisface a los clientes es porque existe una falta o poca actitud de servicio y atención al cliente y muchas veces antecedido de un bajo nivel de preparación del personal, escasas actividades de capacitación y malas prácticas de higiene e involucramiento, situación que permite deducir que el personal probablemente trabaja desmotivado. Por el contrario, las empresas hoy deben mantener una buena relación interna entre propietarios, jefes y colaboradores para lograr en conjunto las metas, solo así se mejorará el nivel de servicio y la calidad con el compromiso que debe despertar de cada empleado de la

empresa, de lo contrario el personal desmotivado trabajará por debajo de su rendimiento y la calidad de trabajo se verá afectado.

De acuerdo a la problemática expuesta, se resumió en el siguiente enunciado:
¿La propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal permite un óptimo funcionamiento de la pequeña empresa Cevichería restaurant “Milagritos”
Callería, Pucallpa, 2022?

Para dar solución a esta problemática se planteó como objetivo general:
Determinar si la propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal permite un óptimo funcionamiento de la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022. Para alcanzar dicho objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Para la variable atención al cliente conocer las características de la planificación en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022. Identificar las características de la comunicación con los clientes en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022. Determinar las características de auditoría del servicio en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022 y para la variable de motivación del personal identificar las características de logro del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022. Describir las características de afiliación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022. Describir las características de poder del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022. Elaborar una propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

La investigación se justifica porque es importante estudiar los factores generadores que impactan la funcionalidad de las micro y pequeñas empresas, que para este estudio representaron las variables de atención al cliente y motivación laboral, y de cuyos hallazgos se plantearon mejoras para beneficio de los objetivos de la empresa en estudio. En el aspecto metodológico la investigación siguió un diseño no experimental- transversal- descriptivo-de propuesta. Para el recojo de información de la variable atención al cliente se utilizó una población infinita de clientes de la pequeña empresa Cevichería restaurant “Milagritos” del distrito de Callería en la ciudad de Pucallpa con una muestra no probabilística de 384 clientes. Para la variable motivación del personal se utilizó población finita compuesta por 6 trabajadores de la pequeña empresa Cevichería restaurant “Milagritos” del distrito de Callería en la ciudad de Pucallpa con una muestra tipo censal de 6 trabajadores de la pequeña empresa Cevichería Restaurant “Milagritos”. La técnica utilizada fue la encuesta y como instrumento dos cuestionarios: el de atención al cliente que constó de 9 preguntas y el cuestionario para la variable motivación del personal conformado por 12 preguntas obteniendo los siguientes resultados: Como resultados se obtuvo que el 54.68% de los clientes casi siempre percibe que existe planificación del flujo del servicio brindado; esto como producto de la organización que conforma la planificación de la empresa en sus acciones para orientar al cliente. Este resultado coincide con la investigación de Suarez y Castillo (2020) cuyo estudio recogió que los clientes siempre realizan cambios (nuevas preferencias, solicitudes, necesidades) durante el servicio, pero esto está cubierto cuando existe un flujo de servicio organizado y planificado. Por otro lado, se determinó que el 72.66% de los clientes casi siempre percibe una rápida atención por parte de la cevichería restaurant “Milagritos” ante cualquier contingencia y/o

eventualidad. Este resultado contrasta con la investigación de Inca (2017), cuyos resultados demuestran que los servicios de la empresa (caso de estudio) tienen un nivel de evaluación regular de las necesidades del cliente, encontrando que existe una carencia de manuales y procesos establecidos que caso contrario, permitirían superar con éxito las contingencias o situaciones eventuales que suelen ocurrir en el ofrecimiento de un servicio. En la investigación también se determinó que el 66.67% de los trabajadores indican que siempre se sienten en la capacidad de desempeñar su trabajo, resultado que es por la confianza y estabilidad que le brinda la gerencia de la microempresa en estudio. Este resultado coincide con la investigación de Toledo et al. (2020) donde el 78,0% de los trabajadores se encuentran motivados en su centro de labores y tienen la percepción de logro en el desempeño que realizan en la empresa. El 83.33% de los trabajadores de la cevichería restaurante “Milagritos” indican que siempre al realizar sus funciones se sienten parte de la empresa. Este resultado guarda relación con la investigación de Najarro (2017) en el sentido que cuanto más motivado se encuentre el trabajador en la empresa mayor es su nivel de afiliación a su centro laboral. Se genera una estima por su lugar de trabajo y mejor contribución.

Como conclusión final, las acciones de la gerencia generan motivación en el trabajador que se traduce en un desempeño favorable con la mejor voluntad para atender las necesidades y lograr la satisfacción de cliente.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1 Antecedentes

Antecedentes internacionales

Variable 1: Atención al cliente

Suárez y Castillo (2020) en su trabajo de tesis titulado *Calidad del servicio al cliente en los hoteles de cuatro y cinco estrellas, ubicados en la Ciudad de Panamá, República de Panamá* presentado a la Universidad Internacional de Ciencia y Tecnología. El objetivo principal que se plantearon en su investigación fueron analizar la calidad de atención al cliente en los hoteles de cuatro y cinco estrellas, ubicados en la Ciudad de Panamá, República de Panamá. La metodología que emplearon en su investigación fueron el enfoque cuantitativo y descriptivo. Los principales resultados que obtuvieron en su investigación fueron que en calidad de atención al cliente en los hoteles de cuatro y cinco estrellas, ubicados en la Ciudad de Panamá, es buena, mostrando una aceptación del 82.8% por parte de los clientes ante los elementos tangibles de los hoteles; un 73.7% mostró satisfacción ante la fiabilidad brindada por los hoteles, siendo la variable de seguridad la más baja con un 66.7% de aceptación por parte de los clientes, sin embargo, hay ciertos aspectos que necesitan ser reforzados por los hoteles, para así brindar una atención al cliente de calidad excelente. Las conclusiones de su investigación fueron: 1) la calidad de atención al cliente es el resultado de un proceso de evaluación del cliente donde la medición de la calidad se realiza mediante las expectativas con la que llega el mismo y la atención que recibe de la empresa; 2) En la industria turística la calidad de atención al cliente e instalaciones de un hotel es un punto indispensable para lograr una ventaja competitiva y distintivo

renombre, por ende, realizar el estudio del nivel de la calidad resulta ser de gran relevancia, ya que este, permite identificar los puntos fuertes y débiles de una cadena hotelera; 3) De la Varga y Galindo (s.f.) afirman que cada vez con mayor contundencia los clientes exigen la solución de problemas ocurridos durante el proceso de prestación de servicios y que, además, valoran con mayor frecuencia los esfuerzos que pueda hacer una organización por garantizarles un nivel de satisfacción al superar sus expectativas, es decir, que cada vez los clientes son más exigentes al solicitar mayor profesionalismo por parte de los colaboradores del hotel; 4) Los estudios para la medición de calidad de atención al cliente en los hoteles de cuatro y cinco estrellas, ubicados en la ciudad de Panamá, República de Panamá se realizaron a profundidad, utilizando la herramienta del modelo SERVQUAL, que permitió analizar las expectativas y percepciones de los clientes de los hoteles, a través de las tres dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad y seguridad; 5) El SERVQUAL suministra información detallada referente a opiniones de clientes sobre el servicio de las empresas, comentarios y sugerencias de mejoras en ciertos ámbitos. Este modelo también puede utilizarse como instrumento de comparación y mejora con otras organizaciones.

Inca (2017) en su trabajo de tesis titulado *Manual de gestión de calidad para la atención al cliente en el departamento de recepción del hotel Camino Real*, para optar el título de ingeniería en dirección y administración de empresas turísticas y hoteleras en la Universidad Regional Autónoma de los Andes-Uniandes. Tuvo por objetivo general el diseño de un manual de gestión de calidad para mejorar la atención al cliente en el departamento de recepción de Hotel Camino Real. La metodología se caracterizó por ser del tipo cualitativo y el diseño investigación-acción. Los principales

resultados que obtuvieron en su investigación fueron que 14,29% califica que el servicio que recibió por parte de recepcionistas es muy bueno, 60,95% como Regular. Esto quiere decir que a los recepcionistas les hace falta capacitación sobre el área de recepción y motivación por parte del gerente para que tengan mejor rendimiento; por otra parte, respecto a la actitud de las recepcionistas al brindar un servicio de atención al cliente el 10,48% calificó como bueno, el 66,67% como regular, y finalmente 19,04% como deficiente. Las conclusiones de la investigación son: 1) El Hotel “Camino Real” es una organización con significativas fortalezas, y es por esta razón que apremia implementar un Manual de Gestión de Calidad en el Departamento de Recepción que promueva la prestación de servicios de atención al cliente con excelencia, con personal bien capacitado; 2) Tras la aplicación de la entrevista al Gerente del hotel, es evidente su desconocimiento sobre un Manual de Calidad en el área de recepción; 3) Los empleados del hotel muestran interés para que se elabore la propuesta de mejora y atención al cliente.

Parra (2017) en su trabajo de tesis titulado *Sistema de gestión de la calidad en el hotel Brisas Covarrubias, Cuba*, presentado en la Universidad de Las Tunas, Cuba. Tuvo por objetivo elaborar un procedimiento para el diseño del sistema de gestión de calidad (SGC) dirigido a los procesos operativos de atención al cliente en el hotel Brisas Covarrubias, Cuba. Como metodología de investigación se caracterizó por ser cuantitativa y aplicada. Como principales resultados se determinó insuficiencias en las actividades recreativas desarrolladas, pues las ejecutadas en su mayoría son producto de improvisaciones y no se encuentran respaldadas por procedimientos ni fichas técnicas; poca disponibilidad en las actividades de atención al cliente. Las actividades no cubren las expectativas del cliente. La identificación de las necesidades de los

clientes implicó la determinación de las características de calidad, a través de las encuestas que se les realizaron. Las conclusiones de la investigación son: 1) El procedimiento elaborado constituye una herramienta para el diseño de un sistema de gestión de la calidad que tenga en cuenta las etapas del ciclo de Deming (planificar, hacer, verificar, actuar) y puede ser aplicable en todos los procesos de la instalación. 2) Asimismo, permitió que se diseñara parcialmente el sistema de gestión de calidad en el proceso operativo de atención al cliente. Esto evidencia que el hotel continúa trabajando para la mejora continua de la calidad.

Variable 2: Motivación de personal

Bermudez (2021) en su trabajo de tesis titulado *La motivacion y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores de las pequeñas empresas privadas en la povincia de Manabi-Ecuador, del distrito de Pimemel, 2021*. Tuvo por objetivo general identificar la motivación que tienen los empleados de las pequeñas organizaciones para el rendimiento de la actividad laboral. Como metodología, se siguió un tipo cuantitativo y diseño descriptivo, se aplicaron encuestas a 20 directores de la planta industrial y 380 trabajadores que realizaban trabajos físicos, las variables relacionadas en la investigación y de reconocimiento de superior, iniciativa, el logro educativo, productividades y eficiencia. Como resultados, el principal hallazgo encontrado en la investigación se encuentra el hecho de que entre los empleados su motivación para laborar disminuye el aumento de años de servicio en las empresas los empleados con educación superior se sienten menos motivados hacia su trabajo; los empleados conceden gran importancia de ser reconocidos por su jefe como un factor motivador en su trabajo y considera que puede mejorar su iniciativa y productividad a través de la formación y el estímulo, la metodología que se empleó en esta investigación es de

tipo cuantitativa ,transversal no experimental y tuvo nivel explicativo, se concluye al aplicar el programa de análisis estadístico SPSS, se concluyó que existe un grado muy fuerte de correlación positiva entre las variables de investigación para el estudio realizado, lo cual es indicador que nos permite concluir que existe evidencia. Cuanto mayor sea el nivel 0.01 de motivación brindado a los empleados, mayor será su nivel de competencia en las pequeñas empresas, lo que estadísticamente significa que las dos variables involucradas en el estudio dependen mucho, los aspectos de reconocimiento al patrón, actitud proactiva de los trabajadores, nivel de educación, productividades y eficiencia están relacionados para siempre en el rendimiento de las actividades que realizan los empleados en las pequeñas empresas.

Santamaría (2020) en su trabajo de tesis titulado *Incidencia del clima organizacional en el desempeño laboral de los colaboradores de la empresa Datapro S.A*, del distrito de Quito del año 2020. Tuvo como objetivo general determinar la variable clima organizacional si tendría un impacto de desempeño diferente en el trabajo o no, durante el período considerado, la metodología en este estudio es cuantitativo de diseño no experimental, transeccional y en la población y muestra fueron 106 todos los empleados que trabajan en la empresa en los diferentes niveles así obtener la información, diseño y aplicación de un cuestionario con validez y confiabilidad, con formación de 32 preguntas con 4 respuestas alternativas para el universo. Los resultados estadísticos descriptivos e inferenciales se describe y explica cómo el entorno empresarial y sus aspectos afecta el desempeño, se concluye en todos los casos las condiciones causales internas pueden ser aspectos operativos, donde se puede señalar que la empresa, debido a la falta de una estructura organizativa organizada correspondiente a los conocimientos de todos los empleados de la

organización, ha llevado a problemas de escasez. Por otro lado, existen factores relacionado con los comportamientos humano, que inciden en el rendimiento laboral, entre ellos se encuentran otros factores como el despido, el compromiso personal, el respeto a los logros básicos, la falta de voluntad para trabajar juntos y el incumplimiento de los estándares de calidad.

Olarte (2017) en su trabajo de tesis titulado *La motivación como eje principal en el incremento de la productividad laborar en las organizaciones colombianas*, presentado en la Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá 2017. La investigación tuvo por objetivo general Analizar la importancia de la motivación como eje principal en el incremento de la productividad laborar en las organizaciones colombianas. La metodología fue del tipo descriptiva. En el estudio se hizo descripción de diferentes conceptos de motivación dados por autores, se explicaron las diferentes teorías de la motivación, como las necesidades de Maslow (necesidades fisiológicas, de seguridad, de afiliación, de reconocimiento y de autorrealización) estas necesidades se ubican en una pirámide siendo la base las necesidades fisiológicas y la punta las necesidades de autorrealización, otras teorías que se describen son las Teoría de McClelland, Teoría de los dos factores de Herzberg, Teoría X y Y, y Teoría de las expectativas. Como conclusiones se determinó que si las organizaciones logran satisfacer sus necesidades van a encontrar trabajadores más activos, comprometidos y con lucha a lograr los objetivos organizacionales; promover factores motivacionales a los trabajadores hace que la organización esta alineadas con las necesidades de las personas; asimismo, un trabajador que logre satisfacer sus necesidades específicas va a trabajar con mayores motivos y va a dar un aporte para que lograr el incremento de la productividad laboral.

Hernández (2017) en su trabajo de tesis titulado *Factores motivacionales asociados a la motivación laboral y satisfacción en profesionales de la escuela de postgrados FAC – muestra As. Comando, Bogotá, Colombia*, presentado en la Universidad Externado de Colombia Facultad de Posgrados Maestría en Gestión Social Empresarial Bogotá D.C. para optar el grado de Magister Gestión Social Empresarial Línea de Investigación del área Organizacional - Desarrollo Organizacional. El objetivo fue Identificar los factores asociados a la motivación laboral por medio de tres dimensiones motivacionales de los profesionales de la Escuela de Posgrados de la FAC, muestra asignatura Comando. La metodología fue del tipo cuantitativo y transversal. Como conclusiones, en la investigación se hizo evidente, que los factores asociados al perfil motivacional están acorde a la estrategia que tiene la Escuela de Posgrados, que es el de concientizar al oficial en la necesidad de desarrollar condiciones de liderazgo ético, moral y profesional.

Antecedentes nacionales

Variable 1: Atención al cliente

Alejandro (2020) en su trabajo de tesis titulado *La atención al cliente como factor relevante en la Gestión de la Calidad y Plan de mejora en las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del jirón Enrique Palacios del Distrito de Chimbote, 2019* presentada en la Universidad Católica de Los Andes de Chimbote para optar por el título profesional de Licenciado en Administración. Tuvo como objetivo general determinar las características de la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del jirón Enrique Palacios del distrito

de Chimbote, 2019. Para el recojo de información se utilizó una población de 14 restaurantes escogiéndose el 100% como muestra a los que se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas. El 85.71% de los representantes si considera la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa. Se concluye que la mayoría de los representantes consideran que si es relevante el factor del cliente en la gestión de calidad, aplican la técnica moderna de la atención al cliente, miden el rendimiento de su personal a través de la observación, si conocen el termino de atención al cliente, consideran que la atención al cliente es fundamental para que este regrese, consideran que la atención personalizada a veces es fundamental para que el cliente regrese, así mismo la mala organización de sus trabajadores es un factor en la mala atención que brindan y finalmente han logrado la fidelización de sus clientes.

Basilio (2020) en su trabajo de tesis titulado *Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de equipo de cómputo, caso urbano del distrito de Chimbote, 2018*, presentado en la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote (Chimbote), para optar al título profesional de Licenciada en Administración. Tuvo como objetivo general determinar las principales características de la Gestión de calidad en atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro venta de equipo de cómputo, casco urbano del distrito de Chimbote, 2018. La investigación utilizó la siguiente metodología de diseño no experimental- transversal, descriptivo para el recojo de la información utilizó una población de 79 micro y pequeñas empresas así mismo la muestra, a quienes se le aplicó un cuestionario de 23 preguntas, a través de la técnica de la encuesta. Obtuvo como resultados que la mayoría de las MYPE encuestadas son masculinos, 92.41%, donde desempeñan su labor como administradores 74.68%, su

grado de instrucción es superior universitario, 49.37%, además de tener 3 años desempeñando en la empresa 39.24%. La mayoría de las mype encuestadas el objetivo de creación es generar ganancia 93.67%, el número de trabajadores es de 1 a 5 49.37%, donde la mayoría son ajenos a la empresa no familiares. Llegando a la conclusión que la mayoría de las mype encuestadas son de género masculino donde están cargo solo los administradores, sus grados son de súper universitario, demuestran que llevan más de 3 años laborando en el mercado estas empresas cuentan con menos de 5 trabajadores su objetivo es generar ganancias, la atención al cliente es muy importante esto lleva al éxito a la empresa en la venta de equipos de cómputo casco urbano Chimbote, 2018.

Guevara (2020) en su trabajo de tesis titulado *La gestación de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro minimarkets en la urbanización palmeras del distrito de los olivos, Lima metropolitana, periodo 2018*. Presentado a la Universidad Católica Los Ángeles Chimbote, para optar el grado académico de bachiller en ciencias administrativas. Tuvo por objetivo general establecer las características principales de la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro minimarkets en la urbanización Palmeras del distrito de Los Olivos, Lima Metropolitana, Periodo 2018. La investigación fue de tipo descriptivo cuantitativo no experimental y de corte trasversal. Se realizaron encuestas a los dueños de negocio de las micro y pequeñas empresas con preguntas cerradas medibles en escala Likert. El estudio evidencio que negocios de minimarkets en Los Olivos, en cuanto a la gestión de la calidad los procesos de calidad en la preguntas del gráfico se aprecia que el 66.7%, 26.7% de los encuestados no sabe el tiempo de demora de atención de un pedido, el restante 0%, 6.7%, 0% cree conocerlo, lo que da a entender

que los dueños de negocio en su mayoría no tiene un mapa del proceso de atención para determinar horas hombre del trabajo que realizan en el minimarket, en cuanto a la organización interna del negocio y servicios adicionales, el análisis de la preguntas muestra que el 60% y el 33.3% de los encuestados dicen que nunca y a veces han pensado en la comodidad del cliente lo que da a entender que los dueños de negocio más se preocupan en poner el negocio conforme al precio del alquiler y/o utilizar el espacio de su domicilio para convertirlo en minimarket. En cuanto a la atención al cliente el análisis de la pregunta muestra que en promedio que el 40%, 20% y 6.7% de los encuestados no creen que capacitar al trabajador porque es un costo adicional y que los trabajadores lo que da a entender que los dueños de negocio reparten la estadística a favor y en contra de que capacitar al personal es esencial para una buena atención.

Variable 2: Motivación del personal

Toledo et al. (2020) en su trabajo de tesis titulado *La motivación y su relación con la felicidad en la empresa Inka Constructores* para optar el grado de magister en la Pontificia Universidad Católica del Perú. La investigación tuvo como objetivo dar a conocer los niveles de felicidad y motivación laboral de los trabajadores de una empresa del sector construcción y la relación que existe entre las variables. El tipo de investigación fue del tipo cuantitativo, nivel descriptivo correlacional, transversal. Como conclusión, la investigación determinó que los trabajadores encuestados tienen un nivel de felicidad de 81% y un nivel de motivación laboral de 78%. Finalmente, las pruebas aplicadas demostraron que no existe una relación significativa entre ambas.

Dayana (2019) en su trabajo de investigación *Gestión del talento humano y desempeño laboral en la empresa Molino Semper S.A.C. Lambayeque 2018, del distrito Pimentel, 2019*. Tuvo como objetivo general es establecer una relación de la

gestión de RR.HH con el rendimiento laboral en la empresa Molino Semper S.A.C Lambayeque 2018 , en su investigación la metodología es de diseño descriptivo, cuantitativo y no experimental participaron 33 colaboradores según los criterios para expresar su opinión sobre la gestión del talento de manera similar, se realiza un certificado para verificar el desempeño de los empleados, utilizando tecnología de recolección de datos en escala Likert o cuestionarios validados por revisiones para un procedimiento de confiabilidad utilizado por SPSS Statistical Software Versión 2 (Cronbach Alpha), la Gestión de Talento y el Desempeño Empresarial de Molino Semper S.A.C, da una puntuación de 0,757% después de ingresar el coeficiente de correlación. Tenga en cuenta que existe una fuerte relación positivamente con la gestión del talento humano y el rendimiento laboral si el talento se gestiona bien, se desarrollará, se concluye decir que el nivel de gestión de recursos humanos en la empresa Molino Semper es promedio con una tasa promedio de 0.39%, debido a que los empleados no comprenden claramente sus roles profesionales, tienden a renunciar además para recibir incentivos deben tener habilidades como habilidades y capacitación esto no sucede y se traduce en una falta de gestión de los RR. HH, en la que los empleados desarrollen sus conocimientos y habilidades. Encontró que el desempeño laboral en Molino Semper fue promedio, con un promedio de 0.5%, debido a que los trabajadores no lograron generar un ambiente de comunicación y confianza entre el gerente y los trabajadores que lo asocian. Buena relación entre equipos, por lo que en ocasiones existe una situación baja en el desarrollo de sus actividades. Se calcula un coeficiente de 0,757 para gestionar los talentos de las personas y el rendimiento laboral utilizando coeficiencia de correlación; binario significativo $p = 0,01$ y $0,05$, que indica correlación positiva.

Najarro (2017) en su trabajo de tesis titulado *Contexto motivacional, tipos de motivación y satisfacción laboral en empleados de universidades públicas y privadas* para optar el título de Licenciado en Psicología en la Pontificia Universidad Católica del Perú. La investigación se planteó como objetivo estudiar la asociación entre la percepción que posee el empleado sobre el nivel de promoción de autonomía del supervisor, tipos de motivación (autónoma vs controlada) y satisfacción laboral con variables sociodemográficas como el sexo, la edad, antigüedad laboral, puesto y salario. La metodología de investigación fue del tipo cuantitativa. Los resultados obtenidos indican que no hay diferencias al comparar promoción de autonomías, tipos de motivación y satisfacción laboral según sea el sector de la organización. No obstante, en relación a categorías laborales, un practicante o trabajador nuevo tiene mayor motivación. Finalmente se descubrió que los trabajadores menores a 30 años tienen mayor motivación autónoma y satisfacción laboral.

Antecedentes regionales y locales

Variable 1: Atención al cliente

Vásquez (2018) en su trabajo de tesis titulado *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro Librerías, distrito de Manantay, año 2017* para obtener el título de Licenciada en Administración en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Manantay, Perú. Tuvo por objetivo general determinar la gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las mypes del sector comercial, rubro librerías, distrito de Manantay. Se desarrolló bajo la metodología de investigación del tipo descriptivo, no experimental, transversal, correlacional, donde a través de la técnica de encuesta se aplicó un cuestionario estructurado de 16 preguntas, obteniéndose como resultados más relevantes: Respecto

al propietario de la empresa: Edad, la mayoría son adultos porque están en el rango de 40 a 49 años (63,6%); predomina el género masculino (90,9%); con grado de instrucción “Empírico” (54,5%). Respecto a la gestión de calidad: el 45,5% considera que el nivel de calidad de gestión de la gerencia es “Regular”; 72,7% de las mypes no ha diseñado la misión y visión; 54,5% práctica la mejora continua. El 63,6% ha realizado un pronóstico empírico de las necesidades de sus clientes y ha identificado y estandarizado sus principales procesos, el 63,6% no prioriza la capacitación de su personal ni el interés de brindar un seguimiento a sus necesidades. Como conclusiones, no existe interés pleno en cumplir con la promesa de servicio al cliente (54,5%).

Saavedra (2017) en su trabajo de tesis titulado *Satisfacción del cliente y posicionamiento en la Cooperativa de Ahorro y Crédito del Oriente, distrito de Tarapoto, 2017*, para optar el grado académico de Maestro en Administración de Negocios-MBA en la Universidad César Vallejo; cuyo objetivo fue establecer la relación que existe entre la satisfacción del cliente y el posicionamiento en la Cooperativa de ahorro y crédito del oriente del distrito de Tarapoto, durante el año 2017. Esta investigación es descriptivo-correlacional, porque determinaron la relación que existe entre las variables. Conclusión: el nivel de satisfacción del cliente en la cooperativa de ahorro y crédito del oriente en el 2017, en relación con las dimensiones calidad funcional percibida, calidad técnica, valor percibido, confianza y expectativas es alto a nivel financiero. Finalmente, las cooperativas de ahorro y crédito se encuentran en el 2do puesto a nivel de posicionamiento de manera global, los mismos que con respecto al atributo, rapidez de servicio y confiabilidad se encuentra en primer puesto.

Variable 2: Motivación del personal

González et al. (2020) en su trabajo de tesis titulado *Gestión administrativa y desempeño laboral de los trabajadores del Proyecto Especial CORAH de la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería, departamento de Ucayali, 2019*, para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Privada de Pucallpa. Se planteó como objetivo: Determinar la relación que existe entre la gestión administrativa y el desempeño laboral de los trabajadores del Proyecto Especial CORAH de la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería, departamento de Ucayali, 2019. La metodología fue descriptivo-correlacional y se planteó cuatro dimensiones y diecinueve indicadores de la variable gestión administrativa y tres dimensiones y dieciocho indicadores de la variable desempeño laboral. Como principales resultados, el 25% de encuestados refieren que siempre se realiza gestión administrativa, seguido de 58,33% casi siempre, 10% a veces, 5% casi nunca y 1,67% nunca y respecto a la variable desempeño laboral el 41,67% de encuestados refieren que siempre se percibe el desempeño laboral, seguido de 30% casi siempre, 23,33% a veces, 3,33% casi nunca y 1,67% nunca. Finalmente, se concluye que existe una relación significativa entre gestión administrativa y desempeño laboral de los trabajadores del Proyecto Especial CORAH de la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería, departamento de Ucayali, 2019.

Ramírez et al. (2019) en su trabajo de tesis titulado *Motivación y satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa Credivargas SAC, Pucallpa 2018*, para optar el título profesional de Licenciado en Administración en la Universidad Privada de Pucallpa. El objetivo de la investigación fue: Determinar la relación que existe entre la motivación y la satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa Credivargas SAC, Pucallpa, 2018. Como metodología se aplicó del tipo cuantitativo, nivel

descriptivo. Dentro de sus principales resultados se destaca que del 100% de encuestados, el 48.91% de trabajadores están motivados al nivel casi siempre, seguido del 31.52% nivel siempre y 19.57% nivel a veces. Por otra parte, se halla que el 100% de encuestados, refiere que el 86.96% de trabajadores están satisfechos laboralmente al nivel casi siempre, seguido del 4.35% nivel siempre y 8.70% nivel a veces. Al aplicar la estadística Spearman se obtiene $r = 0.306$ es positiva moderada y $P \text{ valor} = 0.003 < 0.01$, es altamente significativo, es decir se rechaza la hipótesis nula con un nivel de significancia del 1%. Finalmente, como conclusión se determina que existe una relación directa y significativa relación entre la motivación y satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa Credivargas SAC, Pucallpa 2018.

Caballero y Gonzáles (2018) en su trabajo de tesis titulado *Motivación y clima laboral en trabajadores de la corte superior de justicia de Loreto período setiembre – noviembre Iquitos 2017*, para optar el grado académico de maestro en Gestión Empresarial en la Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. La investigación tuvo como objetivo, determinar la asociación entre la motivación y el clima laboral en trabajadores de la Corte Superior de Justicia de Loreto de la ciudad de Iquitos, Período Setiembre- noviembre del 2017. La metodología que se aplicó fue el cuantitativo y el diseño no experimental de tipo correlacional y transversal. La Población estuvo conformada por 436 trabajadores entre magistrados y personal a plazo fijo, suplentes, temporales, a plazo indeterminado, CAS y empleados por convenio de la Corte Superior de Justicia de Loreto de la ciudad de Iquitos, y la muestra estuvo conformada 204 trabajadores con las mismas características de la población. Como conclusiones se determinó que, al no existir asociación significativa entre estas dos variables, se podría indicar que los trabajadores consiguen sus motivaciones de manera intrínseca,

ya que se forman profesionalmente con sus propios recursos, sobresalen de manera personal y estas motivaciones no forman parte de la gestión, por cuanto no consiguen desarrollar sus funciones en un clima laboral favorable.

2.2. Bases teóricas de la investigación

Variable Atención al cliente

Definición.

La atención al cliente es una estrategia de la administración que permite a la empresa tener un sentido de dirección de servicio al cliente. Constituye un proceso que está orientado a identificar en primera línea los atributos que satisfacen al cliente y que sirven de insumo junto con otros aspectos en la creación del ciclo de servicio. Es también un medio de contacto con el cliente, permitiendo obtener sus percepciones para luego efectuar la retroalimentación y elaborar un plan de mejora de aplicación inmediata. (Palomo, 2022).

Es el primer principio en el que se basa el Sistema de Gestión de Calidad: el enfoque principal de la gestión de calidad es satisfacer la necesidad de los clientes y esforzarse en exceder sus expectativas.

Dimensiones e indicadores.

Dimensión 1: Planificación de ciclo de servicio

Para lograr la plena satisfacción del cliente, hay que planificar el inicio del ciclo de servicio de atención al cliente para “ganar” un lugar en la mente de los clientes y, en consecuencia, en el mercado meta. Por ello, el objetivo de mantener

satisfecho a cada cliente ha traspasado las fronteras del departamento de mercadotecnia para constituirse en uno de los principales objetivos de todas las áreas funcionales (producción, finanzas, recursos humanos, etc.) de una empresa exitosa. (Pat, 2017)

En consecuencia, resulta de importancia que tanto mercadólogos, como todas las personas que trabajan en una empresa u organización, conozcan cuáles son los beneficios de lograr la satisfacción del cliente, cómo definirla, cuáles son los niveles de satisfacción, cómo se forman las expectativas en los clientes y en qué consiste el rendimiento percibido, para que de esa manera, estén mejor capacitadas para coadyuvar activamente con todas las tareas que apuntan a lograr la tan anhelada satisfacción del cliente. (Pat, 2017)

Indicadores:

- **Planificación:**

Recurre al principal proceso administrativo, donde se establece el sentido de dirección, misión y visión a alcanzar, (Pat, 2017).

- **Flujo de servicio:**

Es la identificación del ciclo efectivo del servicio, (Pat, 2017)

- **Puntos Críticos:**

Determina los aspectos que deben tratamiento al detalle a fin de garantizar el cumplimiento de la atención al cliente, (Pat, 2017).

Dimensión 2: Comunicación.

Dentro del plan de una empresa para ofrecer un servicio de calidad y atención al cliente, es el control a través indicadores. Estos indicadores permiten tomar conocimiento oportuno de cómo se desempeña el ciclo de servicio, permitiendo identificar falencias u omisiones y proceder a su inmediata corrección, a fin de garantizar un servicio pleno y de satisfacción al cliente, (Pat, 2017).

Indicadores.

- Encuestas.

Es el instrumento para obtener información de la percepción del cliente y a su vez, la oportunidad de establecer un plan de acción para retroalimentar, (Pat, 2017).

- Competencia.

Representa el monitoreo de la efectividad de las acciones, (Pat, 2017).

Dimensión 3: Acciones de auditoría de servicio

Es el plan elaborado para supervisar el cumplimiento del flujo o ciclo de servicio al cliente. Bajo estas acciones, se pueden garantizar el cumplimiento de los atributos que los clientes valoran que conducirán a la plena satisfacción. (Fernández, 2020)

Indicadores.

- Objetivos.

El indicador está relacionado al establecimiento y cumplimiento de metas de servicio que la empresa se ha planteado conseguir en función de los elementos

deseados a alcanzar, y que asegurarán corregir desvíos que pudieran perjudicar la relación con el cliente, (Velasco, 2017).

- **Organización.**

Representa la identificación de oportunidades de mejora y el establecimiento de una organización para garantizar que las recomendaciones a las observaciones determinadas en la auditoria sean pasibles de atención y solución, (Pat, 2017).

- **Plan de acción.**

Es la programación de las actividades orientadas a lograr las mejoras que se han considerado son la solución adecuada a que el cliente tenga la percepción de satisfacción y mejor experiencia de compra, (Fernández, 2020).

Variable 2: Motivación del personal

Definición:

La motivación está definida como el impulso interior del ser hacia una predisposición de alcance de una meta planteada o asignada cuyo cumplimiento se convierta en un logro y genere satisfacción por ello, (Weihrich, et al., 2017). Para profundizar esta definición, se puede agregar que la motivación nace de necesidades consientes e inconscientes, primarias como las fisiológicas y las secundarias como la autoestima, los logros, la afiliación y la autoafirmación. En resumen, la motivación es el factor o instrumento para la satisfacción de necesidades y deseos.

Importancia:

Como se refirió, la motivación es el factor o instrumento para la satisfacción de necesidades y deseos, en tal sentido, se traduce en una fuerza que actúan sobre el individuo que genera un comportamiento direccionar al logro de la meta, (Regalado, 2019).

Teoría de jerarquía de las necesidades

Esta teoría tiene como su exponente a Abraham Maslow (1970) y es conocida por el establecimiento de la *Pirámide de la motivación de Maslow*, que se basa en la jerarquización o clasificación por orden de importancia e influencia de las necesidades en la persona, son las siguientes:

1. Necesidades fisiológicas
2. Necesidades de seguridad
3. Necesidades sociales
4. Necesidades de estima
5. Necesidades de autorrealización

Teoría X y Teoría Y

Para Mc Gregor, los seres humanos se clasifican: unos son negativo, denominado Teoría X y otros positivo Teoría Y.

De acuerdo con la naturaleza humana y las relaciones laborales entre superiores y personal subalterno, concluyó que:

Teoría X:

- A los trabajadores no les gusta el trabajo y siempre tratan de evitarlo
- Como no les gusta el trabajo, hay que obligarlos, controlarlos o amenazarlos con castigos para conseguir las metas.
- Los trabajadores evitarán las responsabilidades y pedirán instrucciones formales siempre que puedan
- Los trabajadores colocan su seguridad antes que los demás factores de trabajo y exhibirán pocas ambiciones.

Teoría Y:

En contraste, a las ideas negativas de la naturaleza humana, sentencia las siguientes premisas:

- Los trabajadores pueden considerar el trabajo tan natural como descansar o jugar.
- Las personas se dirigen y se controlan si están comprometidas con sus objetivos.
- La persona común puede aprender a aceptar y aún a solicitar responsabilidades.
- La capacidad de tomar decisiones innovadoras está muy difundida entre la población y no es propiedad exclusiva de los puestos administrativos.

Teoría bifactorial de Herzberg

De acuerdo con el investigador Herzberg, Mausnber y Bloch (2010) en esta teoría se señala que el trabajo en sí mismo contiene un valor motivacional.

Para sustentar esta posición señala cinco factores causantes de satisfacción en el trabajo:

- El logro
- El reconocimiento
- La atracción por el trabajo en sí mismo
- La responsabilidad
- El desarrollo

Por otra parte, este investigador indica que los factores de insatisfacción están relacionados a las necesidades de la propia naturaleza del individuo, a diferencia de los factores de satisfacción que realzan el potencial humano, son:

- Crecimiento
- Desarrollo
- Trascendencia

Dimensiones e indicadores de la variable motivación laboral.

Teoría de Mc Clelland

David Mc Clelland (1976) sostiene como conclusión en sus estudios sobre motivación humana y emprendimiento que el logro, el poder y a la afiliación son las tres necesidades más importantes que ayudan a explicar la motivación en las personas:

- Necesidades de logro
- Necesidades de poder
- Necesidades de afiliación

Para nuestra investigación, este planteamiento fue tomado como las dimensiones de la variable motivación laboral en estudio:

Dimensión 1: Logro

Es la atención a las necesidades de representatividad o deseo de éxito. Esta motivación genera en el individuo el cumplimiento del objetivo, (Bohórquez, 2020).

Indicadores.

- **Capacidad:**

Mide la capacidad de desempeño de una función, (Bohórquez, 2020).

- **Meta:**

Se relaciona al establecimiento de objetivo alcanzable, (Bohórquez, 2020).

- **Cumplimiento:**

Se refiere al efecto de cumplir con funciones, (Bohórquez, 2020).

- **Desarrollo:**

Se representa la evolución personal, (Bohórquez, 2020).

Dimensión 2: Afiliación

Representa el deseo de ser integrado o correspondido dentro de un grupo, reconocimiento e impulso de mantener relaciones amistosas y cercanas en su entorno laboral, (Bohórquez, 2020).

Indicadores.

- **Pertenencia:**

Sentido de integración a organización, (Bohórquez, 2020).

- **Satisfacción:**

Sentido de realización de éxito, (Bohórquez, 2020).

- **Estabilidad:**

Relacionado a estabilidad económica, (Bohórquez, 2020).

- **Interrelación:**

Correspondencia entre sujetos, (Bohórquez, 2020).

Dimensión 3: Poder

Esta necesidad según explica Mc Clelland, conduce al individuo como un impulso por generar el éxito teniendo las riendas del evento o tarea. Es la oportunidad de realización personal, con vehemencia, deseo de hacer las cosas mejor y con eficacia.

Indicadores.

- **Posicionamiento:**

Efecto de posición, seguridad, (Bohórquez, 2020).

- **Confianza:**

Seguridad del accionar, (Bohórquez, 2020).

- **Contribución:**

Tributo al desarrollo del puesto, (Bohórquez, 2020).

- **Satisfacción al cliente:**

Percepción de satisfacción del cliente interno o externo, (Bohórquez, 2020).

Marco conceptual de la investigación

- **Atención al cliente:** Representa la estrategia de acercar al cliente para el cumplimiento de sus intereses. Las prácticas de atención al cliente nos conllevan a la excelencia en la gestión de clientes y el propósito de fidelizarlo, (Fernández, 2020).

- **Flujo de servicio:** Proceso compuesto por un conjunto de técnicas y actividades, de carácter operativo, utilizadas para verificar los requisitos relativos a la calidad del productos o servicios, (Fernández, 2020).

- **Motivación laboral:** Las personas tienen necesidades y deseos por satisfacer. Es la motivación el mecanismo auto generador que permite llegar a satisfacer la necesidad. Además, puede lograr mantener ciertos comportamientos y poder cumplir los objetivos, (Fernández, 2020).

- **Satisfacción laboral:** Está relacionada a las experiencias del individuo en el centro laboral. Dependerá del tipo de actividad que realiza, ambiente laboral y rutina del trabajo. También hay que citar los aspectos relacionados a la ejecución

de la tarea: relación con sus jefes, trabajo en equipo, reconocimiento y otros, (Fernández, 2020).

- **Servicio:** secuencia lógica de prospección, pre-acercamiento, presentación y servicios posventa que sigue un vendedor al tratar con un comprador en prospecto, (Fernández, 2020).

III. HIPÓTESIS

Pino (2018) refiere que en las investigaciones del tipo descriptiva enumeran las propiedades de los fenómenos estudiados, por lo tanto, considera que no es necesario establecer hipótesis, dado que se trata solo de mencionar las características de la situación problemática.

Por esta razón, en el presente informe de investigación: Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022, no se planteó hipótesis por ser una investigación del tipo descriptiva.

IV. METODOLOGÍA

4.1 Diseño de la investigación

La investigación fue de diseño no experimental, transversal, descriptivo y de propuesta.

No experimental

Referida a que una investigación tiene carácter no experimental cuando se basa en conceptos, variables, sucesos, comunidades o contextos que se dan sin la intervención directa del investigador. Según Sánchez (2019), no se manipula las variables cuando se observa el estado existente de la investigación, no existe control en las variables ni se influyen en ellas (p.152).

La investigación Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022, fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente las variables, solamente se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Transversal o transeccional

La investigación siguió un diseño de corte transversal porque se recolectaron los datos en un solo momento y en un tiempo determinado. Para Sánchez (2019) también se denomina transeccional y se trata de la recolección de datos en un solo momento, en un tiempo único. El propósito es describir la variable y analizar su comportamiento.

En la investigación Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa,

2022, se desarrolló en un espacio de tiempo determinado con un inicio y fin, específicamente el año 2022.

Descriptivo

Según Sánchez (2019) las investigaciones de nivel descriptivo detallan situaciones y eventos, es decir, como es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis, (p.155).

La investigación fue descriptiva porque solo se describieron las principales características de las variables atención al cliente y motivación laboral en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

De propuesta

Según Hernández et al., (2014) una investigación de propuesta está orientada a establecer e identificar detalles, características y perfiles de personas o grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, con el fin de establecer su estructura o comportamiento.

En la investigación que se presenta se elaboró una propuesta y un plan de mejora respecto a los resultados encontrados en la investigación de las variables atención al cliente y motivación laboral en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

4.2 Población y muestra

Población

Para Sánchez (2019), una población es el conjunto de todos los casos que integran un grupo de especificaciones (características) predeterminadas, (p.66).

En la investigación se utilizaron dos poblaciones:

La población para la variable atención al cliente es una población infinita de clientes de la microempresa cevichería restaurant “Milagritos” del distrito de Callería en la ciudad de Pucallpa.

La población para la variable motivación del personal es una población finita compuesta por 6 trabajadores de la microempresa cevichería restaurant “Milagritos” del distrito de Callería en la ciudad de Pucallpa.

Muestra

Sánchez (2019) que afirma que en las muestras todas las unidades, casos o elementos de la población tienen al inicio la misma posibilidad de ser escogidos para conformar la muestra y para Pino (2018) una muestra es siempre un grupo más pequeño o un subconjunto dentro de una población.

Para la variable atención al cliente, la muestra es de característica no probabilística, para determinarla se utilizó la fórmula de población desconocida:

$$n = \frac{Z^2 p \cdot q}{e^2}$$

Dónde:

N	Población	
Z	Nivel de confianza	95% (1.96)
P	probabilidad de éxito	0.5
q	probabilidad de fracaso	0.5
e	Margen de error	0.05

Luego de su aplicación se obtuvo como resultado la cantidad de 384 clientes para encuestar.

Del mismo modo, para determinar la muestra de la variable motivación laboral, de tipo censal, se tomó a los 6 trabajadores de la microempresa cevichería restaurant “Milagritos” del distrito de Callería en la ciudad de Pucallpa.

Según indica Pino (2018), para el investigador le resulta más fácil examinar a todos los sujetos, por la proximidad geográfica, porque la población de este estudio es pequeña y a fin de tener informes certeros sobre el tema de estudio.

Criterios de inclusión

Para la variable atención al cliente:

- Clientes

Para la variable motivación del personal:

- Gerente de la microempresa
- Administrador
- Personal en general

Criterios de exclusión:

Para la variable atención al cliente:

- Gerente de la microempresa
- Administrador
- Personal en general
- Proveedores

Para la variable motivación del personal:

- Clientes
- Proveedores

4.3 Definición y operacionalización de las variables

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición	Ítems	Fuente	Escala
Atención al Cliente	Es la entrega de satisfacción a los clientes obteniendo una utilidad. Tiene dos objetivos: atraer nuevos clientes brindando un valor superior sin descuidar la satisfacción de los clientes ya existentes. (Fernández, 2020)	Planificación	Planificación	Es la identificación del ciclo efectivo del servicio.	1. ¿Percibe que la empresa planifica la atención al cliente?	Clientes	Likert
			Flujo del servicio		2 ¿Percibe que se planifica el flujo de servicio?		
			Puntos críticos		3 ¿Percibe que se atiende rápidamente las contingencias o puntos críticos?		
		Comunicación	Encuestas	Representa el monitoreo de la efectividad de las acciones.	4 ¿La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción?		
			Competencia		5 ¿El mensaje de confianza es mejor que la competencia?		
			Índices		6 ¿Se preocupan por la percepción del cliente?		
		Auditoría de servicio	Objetivos	Representa la identificación de las oportunidades de mejora.	7 ¿Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente?		
			Organización		8 ¿el personal se encuentra empoderado para tomar decisiones?		
			Plan de acción		9 ¿Percibe que existe una mejora de los procedimientos de atención al cliente?		

Variable	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Definición	Ítems	Fuente	Escala
Motivación del personal	Las personas tienen un impulso interior por el éxito o triunfar. Dedican sus esfuerzos a la realización personal: Tres dimensiones: logro, afiliación y poder. Mc Clelland, (Robbins, 17 ed, 2017).	Logro	Capacidad	Capacidad de desempeñar una función.	1 ¿Considera usted que posee la capacidad para realizar su labor?	Trabajadores	Likert
			Meta	Establecimiento de objetivo alcanzable.	2 ¿Comprende usted la meta que debe cumplir?		
			Cumplimiento	Efecto de cumplir con funciones.	3 ¿Comprende usted que la meta establecida por la empresa debe cumplirse?		
			Desarrollo	Evolución personal.	4 ¿Considero usted que al cumplir la meta se desarrolla como persona?		
		Afiliación	Pertenencia	Sentido de integración a organización.	5 ¿Al realizar sus funciones se siente integrado a la empresa?		
			Satisfacción	Sentido de realización de éxito.	6 ¿Siente satisfacción al realizar sus funciones?		
			Estabilidad	Relacionado a estabilidad económica	7 ¿Realizar y cumplir con su trabajo le genera estabilidad?		
			Interrelación	Correspondencia entre sujetos	8 ¿Existe una interrelación con su superior y compañeros?		
		Poder	Posicionamiento	Efecto de posición, seguridad.	9 ¿Al realizar su trabajo le genera un mejor posicionamiento en la organización?		
			Confianza	Seguridad del accionar.	10 ¿Tiene confianza que sus superiores valoran su contribución?		
			Contribución	Tributo al desarrollo del puesto.	11 ¿Considera que su trabajo contribuye al desarrollo de la empresa?		
			Satisfacción al cliente	Percepción de satisfacción del cliente interno o externo.	12 ¿Considera que su trabajo está orientado a la satisfacción de cliente?		

4.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

Para Pino (2018) la técnica de encuesta permite obtener información intangible; es decir, conocer aspectos de la realidad que el investigador no puede observar directamente, (p.450).

En la investigación se utilizó la técnica de encuesta para clientes y trabajadores de la microempresa *cevichería restaurant “Milagritos”* del distrito de Callería en la ciudad de Pucallpa para medir las variables atención al cliente y motivación laboral, respectivamente.

Instrumento

Para Sánchez (2019), un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir, (p.322). En tal sentido, son los instrumentos los cuestionarios de preguntas que permitieron obtener la información necesaria de las variables. Como tipo de respuesta se utilizó la escala de medición Likert.

Se utilizaron dos cuestionarios:

- Para medir la variable atención al cliente, un cuestionario de 9 preguntas.
(Anexo 3)
- Para medir la variable motivación del personal, un cuestionario de 12 preguntas. (Anexo 4)

4.5 Plan de análisis

Pino (2018) explica que el plan de análisis consiste en procesar los datos (dispersos, desordenados, individuales) obtenidos de la población objetivo de estudio durante el trabajo de campo, y tiene como finalidad generar resultados (datos

agrupados y ordenados), a partir de los cuales se realizará el correspondiente análisis. La manera como se completó el surtido de información y posterior estudio fue el acompañamiento: utilización de la encuesta en toda la muestra de la investigación tras la aceptación del consentimiento informado. Con los datos obtenidos se elaboró una base de datos para su posterior análisis y comprensión de los resultados, utilizando software especializado como Excel, SPSS, Word y Power Point.

4.6 Matriz de consistencia

TÍTULO	ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	VARIABLES	METODOLOGÍA	POBLACIÓN Y MUESTRA	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS	PLAN DE ANÁLISIS
Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022	¿La propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal permite un óptimo funcionamiento de la pequeña empresa Cevichería restaurant "Milagritos" Callería, Pucallpa, 2022?	<p>Objetivo general Determinar si la propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal permite un óptimo funcionamiento de la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.</p> <p>Objetivos específicos</p> <p>Variable atención al cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocer las características de la planificación en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022. - Identificar las características de la comunicación con los clientes en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022. - Determinar las características de auditoría del servicio en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022. 	<p>Variable 1</p> <p>Atención al cliente</p> <p>Variable 2</p> <p>Motivación del personal</p>	<p>El diseño de la investigación fue:</p> <ul style="list-style-type: none"> -No experimental -Transversal Descriptivo -De propuesta. 	<p>Población Variable al atención al cliente: Infinita, conformada por los clientes de Cevichería Restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.</p> <p>Variable: motivación del personal: Finita, conformada por 6 trabajadores de Cevichería Restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.</p> <p>Muestra: Variable al atención al cliente:</p>	<p>Técnica: Encuesta aplicada a clientes y trabajadores de la microempresa cevichería restaurant "Milagritos" del distrito de Callería en la ciudad de Pucallpa para medir las variables atención al cliente y motivación laboral, respectivamente.</p> <p>Instrumento: Dos cuestionarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Para medir la variable atención al cliente, un cuestionario de 9 preguntas. - Para medir la variable motivación del personal, un cuestionario de 12 preguntas. 	<p>Se utilizaron los programas de Microsoft (Word, Excel, PPT), Pdf, Turnitin y SPSS y el análisis descriptivo.</p>

		<p>Variable Motivación del personal:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Identificar las características de logro del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022. - Describir las características de afiliación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022. - Describir las características de poder del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022. - Elaborar una propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022. 			<p>No probabilística, se selecciona 384 clientes de Cevichería Restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.</p> <p>Variable: motivación del personal:</p> <p>Censal, se tomó a los 6 trabajadores de la pequeñas empresa Cevichería Restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.</p>	
--	--	---	--	--	--	--

Nota: elaborado por Fiorela Shahuano Rodríguez

4.7 Principios éticos

Se aplicará los principios basados en el Código de ética para la investigación versión 004, aprobado por acuerdo de Consejo Universitario con Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021:

- **Principio de libre participación y derecho a estar informado**

En la presente investigación antes del recojo de información se solicitó expresamente el consentimiento informado a cada participante, así mismo se solicitó hagan llegar todas sus dudas o consultas respecto a la investigación para ser absueltas oportunamente y evitar cualquier contratiempo durante o después de la investigación.

- **Principio de protección a las personas**

Para esta investigación se usó de principio de protección de personas ya que no se registraron sus datos, se tomaron información de sus respuestas obtenidas a las preguntas que se les señalo, del mismo modo fue de manera voluntaria a responderlas. Los resultados obtenidos fueron con fines de estudio y no se usó la información con malicia, ni para el beneficio propio o de otras personas ajenas al estudio.

- **Principio cuidado del medio ambiente y a la biodiversidad**

En señal de compromiso con el medio ambiente para la presente investigación se utilizó papeles reciclables con el fin de minimizar la contaminación. Asimismo, se hizo uso responsable de la energía eléctrica evitando la sobrecarga de equipos electrónicos.

- **Principio de beneficencia y no maleficencia**

En la presente investigación por su naturaleza no representó riesgo alguno ni para los participantes de la investigación ni para el investigador. Durante el recojo de información se informó de ello a los integrantes de la muestra. En todo momento se busca maximizar los beneficios en favor de la investigación, sin ir en contra de los derechos de los participantes.

- **Principio de justicia**

En la presente investigación fue fundamental el principio de justicia pues e trabajó en total respeto hacia este principio, ya que se tomaron las debidas precauciones para que cualquier indicio de injusticia se erradique de la investigación.

- **Principio de integridad científica**

Así mismo la presente investigación fue íntegra y honesta, ya que no se usaron datos modificados por conveniencia, ni se falsificaron la información redactada. Este principio ético nos permitió ser mejores profesionales y ser personas honestas, responsables y empáticos respecto a los demás estudiantes y la sociedad en sí.

V. RESULTADOS

5.1 Resultados

Variable: Atención al cliente

Tabla 1

Características de la planificación en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Características de la planificación	N	%
La empresa planifica la atención al cliente		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	36	9.38
Algunas veces	71	18.49
Casi siempre	69	17.97
Siempre	208	54.16
Total	384	100.00
Percibe que se planifica el flujo de servicio		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	36	9.38
Casi siempre	210	54.68
Siempre	138	35.94
Total	384	100.00
Percibe que se atiende rápidamente las contingencias		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	35	9.11
Casi siempre	279	72.66
Siempre	70	18.23
Total	384	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Tabla 2

Características de la comunicación con los clientes en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Características de la comunicación	N	%
La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción		
Nunca	69	17.97
Muy pocas veces	34	8.85
Algunas veces	70	18.23
Casi siempre	75	19.53
Siempre	136	35.42
Total	384	100.00
El mensaje de confianza es mejor que la competencia		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	35	9.12
Algunas veces	34	8.85
Casi siempre	106	27.60
Siempre	209	54.43
Total	384	100.00
Se preocupan por la satisfacción del cliente		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	36	9.38
Casi siempre	140	36.46
Siempre	208	54.16
Total	384	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Tabla 3

Características de auditoría del servicio en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Características de auditoría	N	%
Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	36	9.38
Algunas veces	0	0.00
Casi siempre	245	63.80
Siempre	103	26.82
Total	384	100.00
El personal se encuentra empoderado para tomar decisiones		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	98	25.52
Casi siempre	136	35.42
Siempre	150	39.06
Total	384	100.00
Percibe que existe una mejora en la atención al cliente		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	71	18.49
Casi siempre	105	27.34
Siempre	208	54.17
Total	384	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los clientes de la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Variable: Motivación laboral

Tabla 4.

Características de logro del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Características de logro	N	%
Considera que posee la capacidad para realizar su labor		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	16.67
Casi siempre	1	16.67
Siempre	4	66.67
Total	6	100.00
Comprende la meta que debe cumplir		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	16.67
Casi siempre	1	16.67
Siempre	4	66.67
Total	6	100.00
Comprende que la meta establecida por la empresa debe cumplirse		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	16.67
Casi siempre	1	16.67
Siempre	4	66.67
Total	6	100.00
Considera que al cumplir la meta se desarrolla como persona		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	16.67
Casi siempre	1	16.67
Siempre	4	66.67
Total	6	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Tabla 5.

Características de afiliación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Características de afiliación	N	%
Al realizar sus funciones se siente integrado a la empresa		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	16.67
Casi siempre	0	0.00
Siempre	5	83.33
Total	6	100.00
Siente satisfacción al realizar sus funciones		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	16.67
Casi siempre	1	16.67
Siempre	4	66.67
Total	6	100.00
Realiza y cumple su trabajo que le genera estabilidad		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	16.67
Casi siempre	1	16.67
Siempre	4	66.67
Total	6	100.00
Existe una interrelación con su superior y compañeros		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	16.67
Casi siempre	0	0.00
Siempre	5	83.33
Total	6	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022

Tabla 6.

Características de poder del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Características de poder	N	%
Realiza su trabajo y le genera un mejor posicionamiento en la organización		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	16.67
Casi siempre	1	16.67
Siempre	4	66.67
Total	6	100.00
Tiene confianza que sus superiores valoran su contribución		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	16.67
Casi siempre	0	0.00
Siempre	5	83.33
Total	6	100.00
Considera que su trabajo contribuye al desarrollo de la empresa		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	16.67
Casi siempre	1	16.67
Siempre	4	66.67
Total	6	100.00
Considera que su trabajo está orientado a la satisfacción del cliente		
Nunca	0	0.00
Muy pocas veces	0	0.00
Algunas veces	1	16.67
Casi siempre	1	16.67
Siempre	4	66.67
Total	6	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Tabla 7.

*Elaborar una propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos",
 Callería, Pucallpa, 2022.*

Indicadores	Problemas encontrados	Causas del problema	Consecuencia del problema	Acciones de mejora	Responsable
Flujo de servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Eventos de descoordinación cuando se integra personal nuevo. - Descoordinaciones cuando se ausenta un trabajador. 	<ul style="list-style-type: none"> - No se viene realizando inducción oportuna a nuevo (s) trabajador (es). - La microempresa opera con un número de personal solo indispensable. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumento en el tiempo de espera del cliente. - Aumento de quejas del cliente. - Deterioro de la imagen de la microempresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicar inducción al ingreso de nuevo trabajador a la microempresa. - Realizar reuniones con el personal. - Establecer estándares de atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> -Gerencia -Administración
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Se detectan eventos de mal servicio que no reflejan propósitos de atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de supervisión. - Poca actitud de servicios del personal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Baja percepción de nivel de servicio del cliente. - Deterioro de imagen de la microempresa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Difundir objetivos de calidad de servicio (como estrategia). - Planificar supervisiones inopinadas para identificar oportunidades de mejora. - Reforzar orientación al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> -Gerencia -Administración - Personal

<p>Pertenencia</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Existe personal que no se siente involucrado o cree que su trabajo no es relevante. - Bajo nivel de desempeño de personal desmotivado. 	<ul style="list-style-type: none"> - No se realizó inducción oportunamente a nuevo trabajador. - Ausencia de la gerencia (propietario) y falta de comunicación con el personal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Rotación de personal. - Quejas del cliente por mal servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer actividades de bienestar con la participación de la gerencia y el personal. - Distribuir y asignar las funciones involucrando a todo el personal. - Programar reuniones mensuales con los equipos de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> -Gerencia -Administración - Personal
--------------------	---	---	---	--	--

Nota: elaborado por Fiorela Shahuano Rodríguez.

5.2 Análisis de resultados

Tabla 1. Características de la planificación de atención al cliente en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

La empresa planifica la atención al cliente. El 54.16% de los clientes percibe siempre que la empresa planifica la atención al cliente, porque desde que llega observa limpieza, personal de atención atento a la recepción del comensal para darle la bienvenida y entregar la carta de platos que se ofrece. Este resultado coincide con la investigación de Suarez y Castillo (2020) donde el 73.7% de los clientes se encuentran satisfechos con la efectividad de los servicios porque aprecian que existe buena organización en su entrega.

Percibe que se planifica el flujo de servicio. El 54.68% de los clientes casi siempre percibe la planificación del flujo del servicio brindado. Este resultado es producto de la organización que es parte de la planificación que realiza la empresa en orientación al cliente. Este resultado también coincide con Suarez y Castillo (2020) cuyo estudio recoge que los clientes siempre realizan cambios (nuevas preferencias, solicitudes, necesidades) durante el servicio, pero esto está cubierto cuando existe un flujo de servicio organizado.

Percibe que se atiende rápidamente las contingencias. El 72.66% de los clientes casi siempre percibe una rápida atención por parte de la cevichería restaurant "Milagritos" ante cualquier contingencia y/o eventualidad. Este resultado contrasta con Inca (2017), en su investigación muestra que los servicios de la empresa estudiada tienen un nivel de evaluación regular por el cliente, encontrando que existe una carencia de manuales y procesos establecidos que permitirían superar con éxito las contingencias o situaciones eventuales que suelen ocurrir en el ofrecimiento de un servicio.

Tabla 2. Características de la comunicación con los clientes en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción. Se percibió que el 35.42% de los clientes siempre han sido invitados a participar en encuestas de satisfacción por parte de la cevichería. Esta práctica empresarial de orientación al cliente es muy buena, sin embargo, se evidencia que es necesario realizarla con mayor frecuencia y a más clientes, a fin de que se percibida por el cliente. Este resultado se relaciona con las conclusiones de la investigación de Alejandro (2020), que resuelve que la mejor fuente de información la constituye las encuestas de satisfacción y en correspondencia se pueden tomar mejores decisiones.

Se preocupan por la satisfacción del cliente. El 54.16% de los clientes respondieron favorablemente a esta pregunta indicando que siempre la cevichería “Milagritos” se preocupa en satisfacer a sus clientes. Este resultado tiene coincidencias con los resultados y conclusiones de la investigación de Basilio (2020) que en 49,5% los clientes llevan la percepción que la empresa restaurant donde asisten, sus trabajadores presentan la mejor disposición para atenderlos y los invita a seguir visitando el negocio.

Tabla 3. Características de auditoría del servicio en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente. El 63.80% de los clientes indican que casi siempre perciben el control de su personal a la calidad de atención brindada, en resumen, existe una supervisión adecuada. Este resultado contrasta con la investigación de Guevara (2020), donde se evidencia resultados de insatisfacción del cliente y evidente percepción de una atención carente de servicio debido principalmente a

la falta de interés de la gerencia, razón por la cual no existe supervisión de la calidad de atención al cliente.

El personal se encuentra empoderado para tomar decisiones. El 39.06% de los clientes indican que siempre pueden ver que el personal está capacitado para tomar decisiones. Este resultado es soportado por la motivación que llevan los trabajadores que nace de la confianza que existe en la microempresa cevichería restaurant “Milagritos”. El resultado contrasta con la investigación de Inca (2017) donde el 60,95% del personal obtiene una evaluación de regular en su nivel de desempeño de parte del cliente y en razón al liderazgo de la gerencia que desconoce muchos aspectos de gestión de recursos humanos.

Tabla 4. Características de logro del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Considera que posee la capacidad para realizar su labor. El 66.67% de los trabajadores indican que siempre se sienten en la capacidad de desempeñar su trabajo, resultado que es por la confianza y estabilidad que le brinda la gerencia de la microempresa en estudio. Este resultado coincide con la investigación de Toledo et al. (2020) donde el 78,0% de los trabajadores se encuentran motivados en su centro de labores y tienen la percepción de logro en el desempeño que realizan en la empresa.

Comprende la meta que debe cumplir. El 66.67% de los trabajadores siempre comprenden que tienen una meta que seguir. Este resultado contrasta con la investigación de Dayana (2019) en el sentido que se identificó que el personal no logra alcanzar un adecuado desempeño en razón de desconocer sus funciones y metas a alcanzar debido a una carencia de comunicación interna en la empresa.

Tabla 5. Características de afiliación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Al realizar sus funciones se siente integrado a la empresa. El 83.33% de los trabajadores de la cevichería restaurante “Milagritos” indican que siempre al realizar sus funciones se sienten parte de la empresa. Este resultado guarda relación con la investigación de Najarro (2017) en el sentido que cuanto más motivado se encuentre el trabajador en la empresa mayor es su nivel de afiliación a su centro laboral. Se genera una estima por su lugar de trabajo y mejor contribución.

Siente satisfacción al realizar sus funciones. El 66.67% de los trabajadores siempre se sienten satisfechos al realizar sus funciones. De acuerdo con la investigación de Toledo et al. (2020), se encuentra que el 78,0% de los trabajadores se encuentran motivados y en consecuencia experimentan satisfacción al realizar sus funciones, lo que permite inferir que existe coincidencia en los resultados.

Tabla 6. Características de poder del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Realiza su trabajo y le genera un mejor posicionamiento en la organización. El 66.67% de los trabajadores indican que siempre al realizar su trabajo sienten que ello les genera un mejor posicionamiento en la organización. Efectivamente, esto se refuerza con los resultados de la investigación de Gonzáles et al. (2020) donde el 58,33% de los trabajadores muestran un buen desempeño laboral porque se sienten empoderados de su puesto de trabajo y en consecuencia se sienten empoderados para tomar decisiones y hacer más.

Considera que su trabajo contribuye al desarrollo de la empresa. El 66.677% de los

trabajadores consideran que siempre el trabajo que realizan contribuye a que la empresa pueda desarrollarse favorablemente. En este sentido, los resultados tienen coincidencia con la investigación de Ramírez et al. (2019) donde el 86.96% de los trabajadores se sienten motivados porque logran percibir que con su trabajo contribuyen al progreso de su centro laboral lo que les permite percibir mayor pertenencia y poder para tomar las mejores decisiones para mejores resultados.

VI. CONCLUSIONES

- Existe una adecuada orientación al cliente como consecuencia de una apropiada planificación del flujo de servicio que recoge cada etapa del servicio a los comensales.
- Existen buenas prácticas de comunicación con el cliente que refuerza la percepción de atención y servicio.
- La mayoría de los trabajadores se encuentran empoderados para desempeñar sus funciones e identificar oportunidades de mejora con sentido crítico, con el propósito de satisfacer al cliente.
- La mayoría de los trabajadores producto del estímulo de confianza de la gerencia logran alcanzar un buen desempeño laboral.
- La mayoría de los trabajadores se sienten integrados y correspondidos con su centro laboral por el reconocimiento a su desempeño que les genera satisfacción y motivación a mejorar los alcances obtenidos.
- La mayoría de los trabajadores, se proyectan alcanzar mejores posiciones laborales, por la seguridad y posicionamiento dentro de la organización que favorece su ambiente laboral.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS:

Recomendaciones

-Mejorar flujo de servicio: Para mantener el éxito evidenciado por los clientes, es importante realizar reuniones con el personal, como el soporte semanal, a fin de coordinar con los equipos de trabajo el análisis de problemáticas y plantear estándares de atención.

-Mayor cobertura de participación de encuestas: el cliente desea sentirse considerado e integrado a la microempresa, por ello debe tener la percepción que su voz sea escuchada por lo que se sugiere publicar en un periódico mural las entrevistas a los clientes y ampliar en más frecuencias las entrevistas de satisfacción al cliente.

-Mejorar supervisión en la atención al cliente: Es importante garantizar que el nivel de atención al cliente alcanzado sea una constante, por eso se debe planificar supervisiones inopinadas en horarios de atención.

-Comunicar ventajas de pertenecer a la organización: los trabajadores deben tener siempre presente que son importantes para la microempresa, por eso se debe programar reuniones mensuales con los equipos de trabajo para que la gerencia mantenga un apropiado nivel de comunicación.

-Reforzar mirada al cliente: Es generar el mecanismo que conduzca a identificar la prioridad del negocio, que son la atención a las necesidades de los clientes y velar por su satisfacción para que recomiende los servicios de la microempresa.

PLAN DE MEJORA MICROEMPRESA CEVICHERÍA RESTAURANT MILAGRITOS, CALLERÍA, PUCALLPA, 2022.

1. Datos generales:

Razón social: Cevichería Restaurant Milagritos.

Persona natural: Milagros Rodríguez Isaías.

Rubro: Preparación de alimentos y banquetes.

2. Historia

Es una microempresa con presencia en el distrito de Callería de la ciudad de Pucallpa por más de 10 años. La empresa ha logrado posicionarse en el mercado gracias a la calidad de los alimentos preparados, menú, platos a la carta y nivel de servicio dirigidos por su propietaria la Sra. Milagros Rodríguez Isaías.

El restaurant tiene la especialidad de ceviches y comida regional de la selva, cuenta con un local amplio que le permite ofrecer a sus clientes comodidad y adecuada ventilación para el consumo de los alimentos.

3. Misión

Elaborar alimentos cumpliendo con las normas de sanidad y calidad, utilizando los mejores ingredientes e insumos, contando con el valioso apoyo del personal de alto nivel de servicio y experiencia.

4. Visión

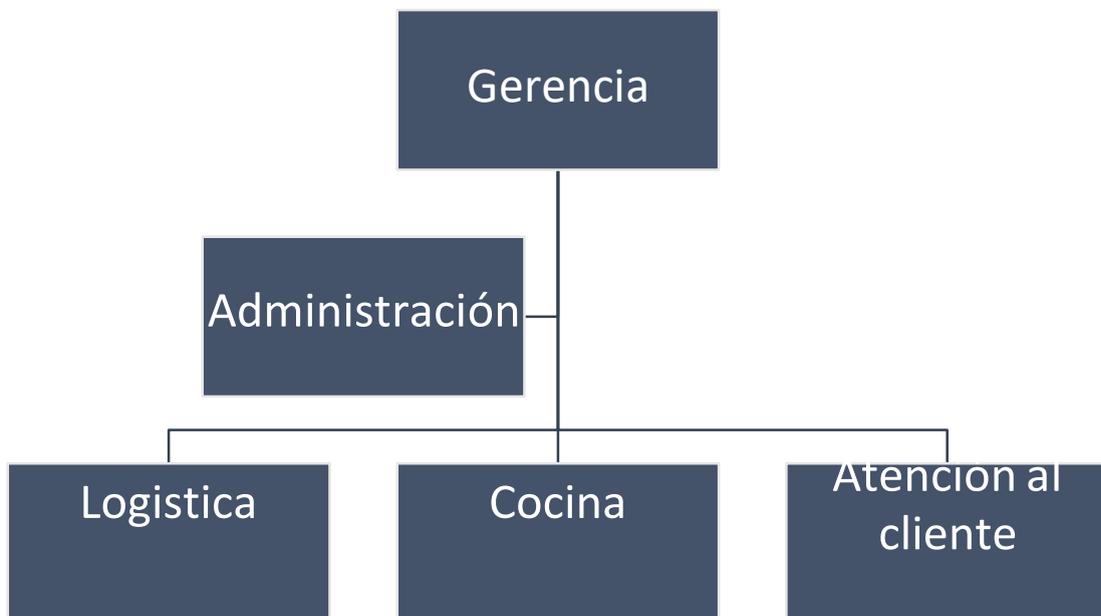
Ser una empresa referente en la elaboración de alimentos en la ciudad de Pucallpa, por la calidad de sus platos, servicio y el reconocimiento de sus clientes.

5. Objetivos

- Mantener calidad de sus platos de ceviches y comida regional
- Reconocimiento de empresa a nivel local
- Alta motivación de su personal y orientación al cliente.

6. Organigrama

Cevichería Restaurant “Milagritos” Callería, Pucallpa



7. Diagnostico General

	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
FACTOR		
INTERNO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Experiencia en el mercado. 2. Uso de insumos de calidad. 3. Experiencia en preparación de alimentos de la región de la selva. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alta presión al personal. 2. Personal joven con poca experiencia en atención al cliente. 3. Rotación del personal con experiencia por nuevas expectativas salariales.
FACTOR EXTERNO		
OPORTUNIDADES (O)	ESTRATEGIAS (FO)	ESTRATEGIAS (DO)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aumento de la clientela atraídos por calidad reconocida del Restaurant Cevichería. 2. Crecimiento del prestigio del negocio. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Brindar servicios diferenciados. (F1, F2 O1) 2. Motivar al personal para mantener nivel de servicio. (F3, O2,) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Establecer un protocolo para garantizar alto nivel atención al cliente. (D1, D2, O1) 2. Acuerdo salarial para mantener personal experto esencial. (D3, O2)
AMENAZAS (A)	ESTRATEGIAS (FA)	ESTRATEGIAS (DA)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Subida de precio de insumos por inestabilidad de la economía. 2. Reducción de capacidad de compra de clientes. 3. Escasez de insumos selectos (por fletes de la región de la costa). 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mantener calidad de servicio para atraer al cliente (F1, F2, A1, A2) 2. Comunicar promociones de acuerdo a motivos especiales. (F3, A2) 3. Ofrecer platos novedosos sustitutos. (F3, A3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Gerencia dirige, supervisay orientar al personal (D1, D2, A1) 2. Implementar estrategias de diferenciación con nuevos platos y combinaciones (D2, D3, A2, A3)

Nota: elaboración Fiorela Shahuano Rodríguez.

8. Problemas

Indicadores	Problemas encontrados	Causas del problema
Flujo de servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Eventos de descoordinación cuando se integra personal nuevo. - Descoordinaciones cuando se ausenta un trabajador. 	<ul style="list-style-type: none"> - No se viene realizando inducción oportuna a nuevo (s) trabajador (es). - La microempresa opera con un número de personal solo indispensable.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Se detectan eventos de mal servicio que no reflejan propósitos de atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de supervisión. - Poca actitud de servicios del personal.
Pertenenencia	<ul style="list-style-type: none"> - Existe personal que no se siente involucrado o cree que su trabajo no es relevante. - Bajo nivel de desempeño de personal desmotivado. 	<ul style="list-style-type: none"> - No se realizó inducción oportunamente a nuevo trabajador. - Ausencia de la gerencia (propietario) y falta de comunicación con el personal.

Nota: elaboración Fiorela Shahuano Rodríguez.

9. Establecer soluciones

Indicadores	Problemas encontrados	Acciones de mejora
Flujo de servicio	<ul style="list-style-type: none"> - Eventos de descoordinación cuando se integra personal nuevo. - Descoordinaciones cuando se ausenta un trabajador. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aplicar inducción al ingreso de nuevo trabajador a la microempresa. - Realizar reuniones con el personal. - Establecer estándares de atención al cliente.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Se detectan eventos de mal servicio que no reflejan propósitos de atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Difundir objetivos de calidad de servicio (como estrategia). - Planificar supervisiones inopinadas para identificar oportunidades de mejora. - Reforzar orientación al cliente.
Pertenencia	<ul style="list-style-type: none"> - Existe personal que no se siente involucrado o cree que su trabajo no es relevante. - Bajo nivel de desempeño de personal desmotivado. 	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer actividades de bienestar con la participación de la gerencia y el personal. - Distribuir y asignar las funciones involucrando a todo el personal. - Programar reuniones mensuales con los equipos de trabajo.

Nota: elaboración Fiorela Shahuano Rodríguez.

10. Recursos para la implementación de las estrategias

Estrategias	Recursos humanos	Recursos económicos	Recursos tecnológicos	Tiempo
<ul style="list-style-type: none"> - Aplicar inducción al ingreso de nuevo trabajador a la microempresa. - Realizar reuniones con el personal. - Establecer estándares de atención al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> -Gerencia -Administración 	<p>S/.200.00</p> <p>S/.100.00</p> <p>S/.800.00</p>	Laptop	Mensual
<ul style="list-style-type: none"> - Difundir objetivos de calidad de servicio (como estrategia). - Planificar supervisiones inopinadas para identificar oportunidades de mejora. - Reforzar orientación al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> -Gerencia -Administración - Personal 	<p>S/.200.00</p> <p>S/.200.00</p> <p>S/.200.00</p>	Laptop	Semanal
<ul style="list-style-type: none"> - Establecer actividades de bienestar con la participación de la 	<ul style="list-style-type: none"> -Gerencia -Administración - Personal 	<p>S/.500.00</p>	Laptop	Mensual

gerencia y el personal.				
- Distribuir y asignar las funciones involucrando a todo el personal.		S/.300.00		Mensual
- Programar reuniones mensuales con los equipos de trabajo.		S/.300.00		

Nota: elaboración Fiorela Shahuano Rodríguez.

11. Cronograma de actividades

	Estrategias	Inicio Término	Setiembre 2022				Octubre 2022				Noviembre 2022			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
			1	- Aplicar inducción al ingreso de nuevo trabajador a la microempresa. - Realizar reuniones con el personal. Establecer estándares de atención al cliente.	01/09/2022 30/11/2022 01/09/2022 30/11/2022	X	X	X	X	X	X	X	X	X
2	- Difundir objetivos de calidad de servicio (como estrategia).	01/09/2022 30/11/2022	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar supervisiones inopinadas para identificar oportunidades de mejora. - Reforzar orientación al cliente. 	<p>01/09/2022</p> <p>30/11/2022</p>												
3	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer actividades de bienestar con la participación de la gerencia y el personal. - Distribuir y asignar las funciones involucrando a todo el personal. - Programar reuniones mensuales con los equipos de trabajo. 	<p>01/09/2022</p> <p>30/11/2022</p> <p>01/09/2022</p> <p>30/11/2022</p> <p>01/09/2022</p> <p>30/11/2022</p>	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

Nota: elaboración Fiorela Shahuano Rodríguez.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alejandro (2020). La atención al cliente como factor relevante en la Gestión de la Calidad y Plan de mejora en las micros y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del jirón Enrique Palacios del Distrito de Chimbote, 2019. (Tesis inédita de pregrado) Universidad Católica de Los Andes de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/21138>
- Alvarado M A, Aguilar (2018). Estudio de la motivación laboral en los trabajadores del Grupo Kozue en la ciudad de Iquitos. (Tesis inédita de pregrado). Universidad de la Amazonía Peruana. <https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/3727>
- Basilio, S. (2020). Gestión de calidad en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ventas de equipo de cómputo, caso urbano del distrito de Chimbote, 2018. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/20788>
- Bermudez Tacunga, R. S. (2021) La motivación y su incidencia en el desempeño laboral de los trabajadores de las pequeñas empresas privadas en la provincia de Manabi-Ecuador. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Nacional Mayor De San Marcos, Lima-Perú.
- Bohórquez, E., Pérez, M., Caiche, W., & Benavides Rodríguez, A. (2020). *La motivación y el desempeño laboral: el capital humano como factor clave en una organización*. Universidad y Sociedad, 12(3), 385-390.

- Caballero, P.; Gonzáles, A. (2018). Motivación y clima laboral en trabajadores de la corte superior de justicia de Loreto período setiembre – noviembre Iquitos 2017. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Nacional de la Amazonía Peruana. <https://repositorio.unapiquitos.edu.pe/handle/20.500.12737/5583>
- Castillo N. (2014). *Clima, Motivación Intrínseca y Satisfacción Laboral en Trabajadores de Diferentes Niveles Jerárquicos*. Junio 2014.
- Código de Ética Uladech v004 de 2021. Código de ética para la investigación versión 004 de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. Resolución N° 0037-2021-CU-ULADECH Católica, de fecha 13 de enero del 2021(Perú).
- Dayana, R. V. (2019). Gestión del talento humano y desempeño laboral en la empresa Molino Semper S.A.C. Lambayeque, 2018. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Señor De Sipan, Pimentel-Perú. <https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/7215>
- Fernández, M. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. Editorial Síntesis.
- García Sanz, V. (2012). *La motivación laboral, estudio descriptivo de algunas variables*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Gonzáles et al., (2019). Motivación y satisfacción laboral en los trabajadores de la empresa Credivargas SAC, Pucallpa 2018. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Privada de Pucallpa. https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UPPI_81220ca9b9d5d67ced37e538a1068cdb
- Gonzáles, Y. (2020). Gestión administrativa y desempeño laboral de los trabajadores del Proyecto Especial CORAH de la ciudad de Pucallpa, distrito de Callería,

- departamento de Ucayali, 2019. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Privada de Pucallpa. <http://repositorio.upp.edu.pe/xmlui/handle/UPP/199>
- Guevara, M. (2020) La gestación de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la micro y pequeñas empresas del sector comercio del rubro minimarkets en la urbanización palmeras del distrito de Los Olivos, Lima metropolitana, periodo 2018. (Tesis inédita de pregrado). <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/21791>
- Hernández, C. (2017). Factores motivacionales asociados a la motivación laboral y satisfacción en profesionales de la escuela de postgrados FAC – muestra As. Comando, Bogotá, Colombia. (Tesis inédita de posgrado). Universidad Externado de Colombia. <https://bdigital.uexternado.edu.co/handle/001/621>
- Herzberg F. (1964). *The Motivation-Hygiene Concept and Psychotherapy. Personnel Administration.* 1964. (Artículos científicos). [https://www.scirp.org/\(S\(i43dyn45teexjx455qlt3d2q\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1353982](https://www.scirp.org/(S(i43dyn45teexjx455qlt3d2q))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1353982)
- Inca, C. (2017) Manual de gestión de calidad para la atención al cliente en el departamento de recepción del hotel Camino Real. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Regional Autónoma de los Andes-Uniandes.
- Najarro, J. (2017). Contexto motivacional, tipos de motivación y satisfacción laboral en empleados de universidades públicas y privadas. (Tesis inédita de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9723>

- Olarte D. (2017). La motivación como eje principal en el incremento de la productividad laboral en las organizaciones colombianas. Bogota. (Tesis inédita de pregrado). Universidad Militar Nueva Granada. 2017. http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-558X2017000400008
- Palomo, M. (2022). *Atención al cliente*. 2da edición. Ediciones Paraninfo S.A.
- Pat, W. (2017). *Por una atención eficaz al cliente*. Editorial Panamericana.
- Pino, R. (2018). *Metodología de investigación. Elaboración de diseños para contrastar hipótesis*. Editorial San Marcos.
- Regalado, K. (2019). Motivación laboral en una empresa molinera de la provincia de Lambayeque – 2015. (Tesis inédita de pregrado). https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/USAT_df5aa958ef69f5d0a736f670adb44e99/Details
- Sánchez, F. (2019). *Tesis. Desarrollo metodológico de la investigación*. Normas Jurídicas Ediciones.
- Toledo, C.; De Los Ríos, S.; Vallenás, A.; Vegas, M. (2020). La motivación y su relación con la felicidad en la empresa Inka Constructores. (Tesis inédita de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú. <https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/16176>

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del proyecto		X	X	X	X											
2	Revisión del proyecto por el Jurado de Investigación					X	X										
3	Aprobación del proyecto por el Jurado de Investigación						X	X									
4	Exposición del proyecto al Jurado de Investigación o Docente Tutor							X	X								
5	Mejora del marco teórico									X							
6	Redacción de la revisión de literatura									X							
7	Elaboración de consentimiento informado (*)									X							
8	Ejecución de la metodología										X						
9	Resultados de la investigación										X	X					
10	Conclusiones y recomendaciones											X					
11	Redacción del preinforme de investigación											X					
12	Redacción del informe final												X	X	X		
13	Aprobación del informe final por el Jurado de Investigación														X	X	
14	Presentación de ponencia en eventos científicos															X	
15	Redacción de artículo científico														X	X	

Nota: elaborado por Fiorela Shahuano Rodríguez

Anexo 2. Presupuesto

Presupuesto desembolsable			
Categoría	Base	Número	Total (S/.)
Suministros (*)			
· Papel bond A-4 (500 hojas)	16	2	32.00
· Lapiceros (docena)	12	1	12.00
· Lápices (docena)	10	1	10.00
· Fotocopias	0.2	400	80.00
· USB	32	1	32.00
Servicios			
· Internet (horas)	1	400	400.00
· Uso de Turnitin	100	1	100.00
· Taller co-curricular / Taller de titulación	3000	1	3000.00
Subtotal			3,666.00
Gastos de viaje			
Movilidad (ida y vuelta)	12	10	120.00
Alimentación	12	15	180.00
Subtotal			300.00
Total de presupuesto desembolsable			3,966.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	Número	Total (S/.)
Servicios			
· Uso de Internet (Laboratorio de Aprendizaje Digital - LAD)	30	4	120.00
· Búsqueda de información en base de datos	35	2	70.00
· Soporte informático (Módulo de Investigación del ERP University)	40	4	160.00
· Publicación de artículo en repositorio institucional	50	1	50.00
Subtotal			400.00
Recurso humano			
· Asesoría personalizada (5 horas por semana)	63	4	252.00
Subtotal			252.00
Total de presupuesto no desembolsable			652.00
Total (S/.)			4,618.00

Nota: elaborado por Fiorela Shahuano Rodríguez

Anexo 3. Instrumento de recolección de datos, variable cliente.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Agradeceré contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una(X), la respuesta que considere conveniente.

Marque con una X según crea conveniente, según el siguiente código

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

Instrumento: Atención al cliente

N°	Ítems					
D1: Planificación						
1	¿Percibe que la empresa planifica la atención al cliente?	1	2	3	4	5
2	¿Percibe que se planifica el flujo de servicio?	1	2	3	4	5
3	¿Percibe que se atiende rápidamente las contingencias o puntos críticos?	1	2	3	4	5
D2: Comunicación						
4	¿La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción?	1	2	3	4	5
5	¿El mensaje de confianza es mejor que la competencia?	1	2	3	4	5
6	¿Se preocupan por la percepción del cliente?	1	2	3	4	5
D3: Auditoría						
7	¿Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente?	1	2	3	4	5
8	¿el personal se encuentra empoderado para tomar decisiones?	1	2	3	4	5
9	¿Percibe que existe una mejora de los procedimientos de atención al cliente?	1	2	3	4	5

Nota: elaborado por Fiorela Shahuano Rodríguez

Anexo 4. Instrumento de recolección de datos, variable motivación laboral.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Agradeceré contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una (X), la respuesta que considere conveniente.

Marque con una X según crea conveniente, según el siguiente código:

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

Instrumento: Motivación laboral

N°	Ítems					
D1: Logro						
1	¿Considera usted que posee la capacidad para realizar su labor?	1	2	3	4	5
2	¿Comprende usted la meta que debe cumplir?	1	2	3	4	5
3	¿Comprende usted que la meta establecida por la empresa debe cumplirse?	1	2	3	4	5
4	¿Considero usted que al cumplir la meta se desarrolla como persona?	1	2	3	4	5
D2: Afiliación						
5	¿Al realizar sus funciones se siente integrado a la empresa?	1	2	3	4	5
6	¿Siente satisfacción al realizar sus funciones?	1	2	3	4	5
7	¿Realizar y cumplir con su trabajo le genera estabilidad?	1	2	3	4	5

8	¿Existe una interrelación con su superior y compañeros?	1	2	3	4	5
D3: Poder						
9	¿Al realizar su trabajo le genera un mejor posicionamiento en la organización?	1	2	3	4	5
10	¿Tiene confianza que sus superiores valoran su contribución?	1	2	3	4	5
11	¿Considera que su trabajo contribuye al desarrollo de la empresa?	1	2	3	4	5
12	¿Considera que su trabajo está orientado a la satisfacción del cliente?	1	2	3	4	5

Nota: elaborado por Fiorela Shahuano Rodríguez



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevchería restaurant "Milagritos", Calleria, Pucallpa, 2022, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración

Agradeceré contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una (X), la respuesta que considere conveniente.

Marque con una X según crea conveniente, según el siguiente código:

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

Instrumento: Atención al cliente

N°	Items	1	2	3	4	5
D1: Planificación						
1	¿Percibe que la empresa planifica la atención al cliente?					X
2	¿Percibe que se planifica el flujo de servicio?					X
3	¿Percibe que se atiende rápidamente las contingencias o puntos críticos?				X	
D2: Comunicación						
4	¿La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción?					
5	¿El mensaje de confianza es mejor que la competencia?					X
6	¿Se preocupan por la percepción del cliente?					X
D3: Auditoría						
7	¿Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente?					X
8	¿el personal se encuentra empoderado para tomar decisiones?				X	
9	¿Percibe que existe una mejora de los procedimientos de atención al cliente?					X

Nota: elaborado por Fiorela Shahuano Rodríguez

MORALES HORIZONTE GERCIÁ LOZMILA

72904687

[Handwritten signature]



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Calleria, Pucallpa, 2022, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración

Agradeceré contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una (X), la respuesta que considere conveniente.

Marque con una X según crea conveniente, según el siguiente código

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

Instrumento: Atención al cliente

N°	Items	1	2	3	4	5
D1: Planificación						
1	¿Percibe que la empresa planifica la atención al cliente?			X		
2	¿Percibe que se planifica el flujo de servicio?			3	X	
3	¿Percibe que se atiende rápidamente las contingencias o puntos críticos?			X		
D2: Comunicación						
4	¿La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción?				X	
5	¿El mensaje de confianza es mejor que la competencia?					X
6	¿Se preocupan por la percepción del cliente?					X
D3: Auditoria						
7	¿Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente?				X	
8	¿el personal se encuentra empoderado para tomar decisiones?				X	
9	¿Percibe que existe una mejora de los procedimientos de atención al cliente?			X		

Nota: elaborado por Fiorella Shahuano Rodríguez

Bas Olaya *Jourdes Mercedes* 48493296
Alonso



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Calleria, Pacallpa, 2022, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Agradeceré contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una(X), la respuesta que considere conveniente.

Marque con una X según crea conveniente, según el siguiente código:

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

Instrumento: Atención al cliente

N°	Items	1	2	3	4	5
D1: Planificación						
1	¿Percibe que la empresa planifica la atención al cliente?				X	
2	¿Percibe que se planifica el flujo de servicio?				X	
3	¿Percibe que se atiende rápidamente las contingencias o puntos críticos?				X	
D2: Comunicación						
4	¿La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción?				X	
5	¿El mensaje de confianza es mejor que la competencia?			X		
6	¿Se preocupan por la percepción del cliente?				X	
D3: Auditoría						
7	¿Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente?				X	
8	¿el personal se encuentra empoderado para tomar decisiones?					X
9	¿Percibe que existe una mejora de los procedimientos de atención al cliente?				X	

Nota: elaborado por Fiorella Shahuano Rodríguez

Jonathan Paul Ruiz Uaguir
75418210
[Signature]



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERIA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restauran "Milagritos", Calleria, Pucallpa, 2022, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Agradeceré contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una(X), la respuesta que considere conveniente.

Marque con una X según crea conveniente, según el siguiente código

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

Instrumento: Atención al cliente

N°	Items	1	2	3	4	5
D1: Planificación						
1	¿Percibe que la empresa planifica la atención al cliente?				X	
2	¿Percibe que se planifica el flujo de servicio?					X
3	¿Percibe que se atiende rápidamente las contingencias o puntos críticos?				X	
D2: Comunicación						
4	¿La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción?					X
5	¿El mensaje de confianza es mejor que la competencia?					X
6	¿Se preocupan por la percepción del cliente?					X
D3: Auditoría						
7	¿Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente?					X
8	¿el personal se encuentra empoderado para tomar decisiones?					X
9	¿Percibe que existe una mejora de los procedimientos de atención al cliente?					X

Nota: elaborado por Fiorela Shahuano Rodriguez

SILVANO HUMBERTO PROLLA TELLO

08488677

57



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Calleria, Pucallpa, 2022, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración

Agradeceré contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una(X), la respuesta que considere conveniente.

Marque con una X según crea conveniente, según el siguiente código

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

Instrumento: Atención al cliente

N°	Items	1	2	3	4	5
D1: Planificación						
1	¿Percibe que la empresa planifica la atención al cliente?	1	2	3	4	5
2	¿Percibe que se planifica el flujo de servicio?	1	2	3	4	5
3	¿Percibe que se atiende rápidamente las contingencias o puntos críticos?	1	2	3	4	5
D2: Comunicación						
4	¿La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción?	1	2	3	4	5
5	¿El mensaje de confianza es mejor que la competencia?	1	2	3	4	5
6	¿Se preocupan por la percepción del cliente?	1	2	3	4	5
D3: Auditoría						
7	¿Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente?	1	2	3	4	5
8	¿el personal se encuentra empoderado para tomar decisiones?	1	2	3	4	5
9	¿Percibe que existe una mejora de los procedimientos de atención al cliente?	1	2	3	4	5

Nota: elaborado por Fiorella Shahuan Rodríguez

Robinson Ahuaroni Pacaya 61951652



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Calleria, Pucallpa, 2022, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Agradeceré contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una(X), la respuesta que considere conveniente.

Marque con una X según crea conveniente, según el siguiente código

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

Instrumento: Atención al cliente

N°	Items	1	2	3	4	5
D1: Planificación						
1	¿Percibe que la empresa planifica la atención al cliente?				X	
2	¿Percibe que se planifica el flujo de servicio?				X	
3	¿Percibe que se atiende rápidamente las contingencias o puntos críticos?				X	
D2: Comunicación						
4	¿La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción?		X			
5	¿El mensaje de confianza es mejor que la competencia?					X
6	¿Se preocupan por la percepción del cliente?					X
D3: Auditoria						
7	¿Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente?				X	
8	¿el personal se encuentra empoderado para tomar decisiones?			X		
9	¿Percibe que existe una mejora de los procedimientos de atención al cliente?				X	

Nota: elaborado por Fiorela Shahuano Rodríguez

Carlos Daniel Pezo Alzamora
62289749
[Firma]



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
 FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Calleria, Pucallpa, 2022, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Agradeceré contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una (X), la respuesta que considere conveniente.

Marque con una X según crea conveniente, según el siguiente código

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

Instrumento: Atención al cliente

Nº	Ítems	1	2	3	4	5
D1: Planificación						
1	¿Percibe que la empresa planifica la atención al cliente?	1	2	3	4	5
2	¿Percibe que se planifica el flujo de servicio?	1	2	3	4	5
3	¿Percibe que se atiende rápidamente las contingencias o puntos críticos?	1	2	3	4	5
D2: Comunicación						
4	¿La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción?	1	2	3	4	5
5	¿El mensaje de confianza es mejor que la competencia?	1	2	3	4	5
6	¿Se preocupan por la percepción del cliente?	1	2	3	4	5
D3: Auditoría						
7	¿Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente?	1	2	3	4	5
8	¿el personal se encuentra empoderado para tomar decisiones?	1	2	3	4	5
9	¿Percibe que existe una mejora de los procedimientos de atención al cliente?	1	2	3	4	5

Nota: elaborado por Fiorella Shahuano Rodríguez

Fiorella Shahuano Rodríguez
 25925914



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Calleria, Pucallpa, 2022, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Agradeceré contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una(X), la respuesta que considere conveniente.

Marque con una X según crea conveniente, según el siguiente código

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

Instrumento: Atención al cliente

N°	Ítems	1	2	3	4	5
D1: Planificación						
1	¿Percibe que la empresa planifica la atención al cliente?					X
2	¿Percibe que se planifica el flujo de servicio?				X	
3	¿Percibe que se atiende rápidamente las contingencias o puntos críticos?				X	
D2: Comunicación						
4	¿La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción?					X
5	¿El mensaje de confianza es mejor que la competencia?				X	
6	¿Se preocupan por la percepción del cliente?				X	
D3: Auditoría						
7	¿Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente?				X	
8	¿el personal se encuentra empoderado para tomar decisiones?				X	
9	¿Percibe que existe una mejora de los procedimientos de atención al cliente?				X	

Nota: elaborado por Fiorela Shahuano Rodríguez

Edinson Alzamora Pacaya
6065750



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Calleria, Pucallpa, 2022, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Agradeceré contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una (X), la respuesta que considere conveniente.

Marque con una X según crea conveniente, según el siguiente código

Nunca	May pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Instrumento: Atención al cliente

Nº	Items	1	2	3	4	5
D1: Planificación						
1	¿Percibe que la empresa planifica la atención al cliente?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
2	¿Percibe que se planifica el flujo de servicio?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
3	¿Percibe que se atiende rápidamente las contingencias o puntos críticos?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
D2: Comunicación						
4	¿La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción?	<input checked="" type="checkbox"/>	2	3	4	5
5	¿El mensaje de confianza es mejor que la competencia?	1	2	3	4	<input checked="" type="checkbox"/>
6	¿Se preocupan por la percepción del cliente?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
D3: Auditoría						
7	¿Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5
8	¿el personal se encuentra empoderado para tomar decisiones?	1	2	<input checked="" type="checkbox"/>	4	5
9	¿Percibe que existe una mejora de los procedimientos de atención al cliente?	1	<input checked="" type="checkbox"/>	3	4	5

Nota: elaborado por Fiorela Shahuano Rodríguez

Perry Andrés De la Cruz Davila
70750597



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES CHIMBOTE
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Calleria, Pucallpa, 2022, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Agradeceré contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una (X), la respuesta que considere conveniente.

Marque con una X según crea conveniente, según el siguiente código

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

Instrumento: Atención al cliente

N°	Ítems					
D1: Planificación						
1	¿Percibe que la empresa planifica la atención al cliente?	1	2	X	4	5
2	¿Percibe que se planifica el flujo de servicio?	1	2	3	X	5
3	¿Percibe que se atiende rápidamente las contingencias o puntos críticos?	1	2	3	X	5
D2: Comunicación						
4	¿La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción?	1	2	X	4	5
5	¿El mensaje de confianza es mejor que la competencia?	1	2	3	X	5
6	¿Se preocupan por la percepción del cliente?	1	2	3	X	5
D3: Auditoría						
7	¿Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente?	1	2	3	X	5
8	¿el personal se encuentra empoderado para tomar decisiones?	1	2	3	X	5
9	¿Percibe que existe una mejora de los procedimientos de atención al cliente?	1	2	3	X	5

Nota: elaborado por Fiorela Shahuano Rodríguez

Christopher Luis Sánchez
9794 6764

Anexo 5. Carta de solicitud de autorización



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

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

Carta Nro.001-2022-ULADECH CATÓLICA

Pucallpa, 6 de mayo de 2022

Sra. Milagros Zenaida Rodriguez Isaias

Presente.-

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo, asimismo presentarme soy Fiorela Milagros Shahuano Rodriguez identificada con DNI 74706230 alumna de la Escuela profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote con código de matrícula 2011130111, con la finalidad de solicitar autorización para ejecutar la investigación titulada: Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022, que tendrá una duración de 4 meses (marzo-junio) del presente año.

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde atención a la presente a fin de ejecutar satisfactoriamente la investigación, la misma que redundará en beneficio de su organización.

En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Fiorela Milagros Shahuano Rodriguez

DNI: 74706230

Anexo 6. Carta de aceptación



Carta Nro.001

Señorita:

Bach. Adm. Fiorela Milagros Shahuano Rodriguez

ASUNTO : ACEPTACIÓN EN LA AUTORIZACIÓN PARA
EJECUTAR PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
REF : CARTA Nro. 001-2022-ULADECH CATÓLICA

Presente. -

De mi consideración:

Por medio del presente le expreso mi saludo a nombre de la microempresa CEVICHERRÍA RESTAURANT "MILAGRITOS", y al mismo tiempo en relación al documento de referencia, comunico a usted la AUTORIZACIÓN para ejecutar el proyecto de investigación titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y MOTIVACIÓN DEL PERSONAL EN LA MICROEMPRESA CEVICHERRIA RESTAURANT "MILAGRITOS", CALLERIA, PUCALLPA, 2022, en mi representada.

Sin otro en particular, me suscribo de usted.

Pucallpa, 9 de mayo de 2022

Atentamente,

Milagros Zenaida Rodriguez Isaias

DNI: 10693197

Anexo 7. Consentimiento informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y MOTIVACIÓN DEL PERSONAL EN LA MICROEMPRESA CEVICHERIA RESTAURANT "MILAGRITOS", CALLERÍA, PUCALLPA, 2022 y es dirigido por FIORELA SHAHUANO RODRÍGUEZ, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es determinar si la propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal permite un óptimo funcionamiento de la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 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. Si desea, también podrá escribir al correo fiorela@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: Fernando Bocanegra Mendoza

Fecha: 18-05-2022

Correo electrónico: fbocanegra505@gmail.com

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y MOTIVACIÓN DEL PERSONAL EN LA MICROEMPRESA CEVICHERIA RESTAURANT "MILAGRITOS", CALLERIA, PUCALLPA, 2022 y es dirigido por FIORELA SHAHUANO RODRIGUEZ, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es determinar si la propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal permite un óptimo funcionamiento de la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Calleria, Pucallpa, 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.

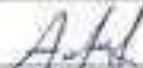
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados. Si desea, también podrá escribir al correo fiorela@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica Los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

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

Nombre Lleyner chota pinchi

Fecha 18-05-2022

Correo electrónico chota.1985@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: PROPUESTA DE MEJORA DE ATENCIÓN AL CLIENTE Y MOTIVACIÓN DEL PERSONAL EN LA MICROEMPRESA CEVICHERIA RESTAURANT "MILAGRITOS", CALLERÍA, PUCALLPA, 2022 y es dirigido por FIORELA SHAHUANO RODRÍGUEZ, investigador de la Universidad Católica Los Angeles de Chimbote

El propósito de la investigación es determinar si la propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal permite un óptimo funcionamiento de la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 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. Si desea, también podrá escribir al correo fiorela@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: Tony Alexander Pujay Huacanga

Fecha: 18-05-2022

Correo electrónico: Tony_pujay@gmail.com

Firma del participante: [Firma]

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

Anexo 8. Validación de instrumento



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE
 FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
 ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa textilera costera "Milagritos", Callao, Paracalpa, 2022, para obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

Agradeceré contestar con la mayor sinceridad y objetividad posible, marcando con una (X), la respuesta que considere conveniente.

Marque con una X según crea conveniente, según el siguiente código:

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

Instrumento: Atención al cliente

N°	Items	1	2	3	4	5
D1: Planificación						
1	¿Percibe que la empresa planifica la atención al cliente?					
2	¿Percibe que se planifica el flujo de servicios?					
3	¿Percibe que se atiende rápidamente las contingencias o puntos críticos?					
D2: Comunicación						
4	¿La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción?					
5	¿El mensaje de confianza es mejor que la competencia?					
6	¿Se preocupan por la percepción del cliente?					
D3: Auditoría						
7	¿Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente?					
8	¿El personal se encuentra empoderado para tomar decisiones?					
9	¿Percibe que existe una mejora de sus procedimientos de atención al cliente?					

Nota: elaborado por Pinedo-Salazar Rodríguez





UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CUSCO
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
CUESTIONARIO

El presente cuestionario tiene por finalidad recoger información para desarrollar el trabajo de investigación titulado: Propuesta de mejora de atención al cliente y motivación del personal en la microempresa artesanal restaurante "Milagros", Calleja, Pucallpa, 2022, para obtener el título profesional de Licenciada en Administración.

Agradecemos contestar con la mayor veracidad y objetividad posible, marcando con una (X), la respuesta que considere conveniente.

Marque con una X según corresponda, según el siguiente código:

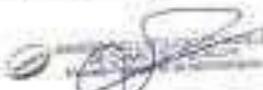
Nunca	Muy pocas veces	Algunas veces	Casi siempre	Siempre
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

Instrumento: Motivación laboral

N°	Ítem	1	2	3	4	5
D1: Logro						
1	¿Considero usted que posee la capacidad para realizar su labor?					
2	¿Comprendo usted la meta que debe cumplir?					
3	¿Comprendo usted que la meta establecida por la empresa debe cumplirse?					
4	¿Considero usted que al cumplir la meta se desarrolla como persona?					
D2: Filiación						
5	¿Al realizar sus funciones se siente integrado a la empresa?					
6	¿Siente satisfacción al realizar sus funciones?					
7	¿Realizar y cumplir con su trabajo le genera estabilidad?					


Escuela Profesional de Administración
C.A.M. CLAO. N° 0024


Escuela Profesional de Administración
C.A.M. CLAO. N° 0024


Escuela Profesional de Administración
C.A.M. CLAO. N° 0024

8.	¿Existe una interacción con su superior y compañeros?	1	2	3	4	5
D3: Poder						
9.	¿Al realizar su trabajo le genera un mejor posicionamiento en la organización?	1	2	3	4	5
10.	¿Tiene confianza que sus superiores valoran su contribución?	1	2	3	4	5
11.	¿Considera que su trabajo contribuye al desarrollo de la empresa?	1	2	3	4	5
12.	¿Considera que su trabajo está orientado a la satisfacción del cliente?	1	2	3	4	5

Nota: elaborado por Froyla Robinson Rodríguez


DR. FROYLA ROBINSON RODRÍGUEZ
 C.I.M. C.A. N° 2334


DR. Mg. JAIRO RODRÍGUEZ
 C.I.M. Mg. N° 2334


JARA Cristian M. Valenzuela Jarama
 C.I.M. N° 2334

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Ortiz García, Sergio D.
- 1.2. Grado Académico: Doctor en Administración
- 1.3. Profesión: Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora: ESSALUD
- 1.5. Cargo que desempeña: Coordinador de Rehabilitación
- 1.6. Denominación del instrumento: Atención al cliente y motivación laboral
- 1.7. Autor del instrumento: Fiorella Shahuano Rodríguez
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: 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: Planificación							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
Dimensión 2: Comunicación							
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
Dimensión 3: Auditoría							
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		


 Sergio Ortiz García
 DR. ADMINISTRADOR
 C.I. N° 6204

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Motivación 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: Logro							
1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Dimensión 2: Afiliación							
5	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Dimensión 3: Poder							
9	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
10	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
11	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
12	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

Otras observaciones generales:



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Mori Arancibia, Kevin
- 1.2. Grado Académico: Magister en Administración
- 1.3. Profesión: Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora: CEFA - Pucallpa
- 1.5. Cargo que desempeña: Administrador de oficina
- 1.6. Denominación del instrumento: Atención al cliente y motivación laboral
- 1.7. Autor del instrumento: Florila Shahuano Rodríguez
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al Instrumento 1: Atención al cliente

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterios		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: Planificación							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
Dimensión 2: Comunicación							
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
Dimensión 3: Auditoría							
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		



 Lic. Mg. Kevin Mori Arancibia

 C. U. C. P. - 20g (Instituto Tecnológico F. 2118)

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Motivación 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: Logro							
1	X		X		X		
2	X		X		X		
3	X		X		X		
4	X		X		X		
Dimensión 2: Afiliación							
5	X		X		X		
6	X		X		X		
7	X		X		X		
8	X		X		X		
Dimensión 3: Poder							
9	X		X		X		
10	X		X		X		
11	X		X		X		
12	X		X		X		

Otras observaciones generales:



INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y nombres del informante (Experto): Valdiviezo Saravia, Crysther Moisés
- 1.2. Grado Académico: Magister en Administración - MBA
- 1.3. Profesión: Licenciado en Administración
- 1.4. Institución donde labora: Universidad Nacional de Ucayali
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente - Investigador
- 1.6. Denominación del instrumento: Atención al cliente y motivación laboral
- 1.7. Autor del instrumento: Fiorista Shahuazo Rodríguez
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACIÓN:

Ítems correspondientes al instrumento 1: 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: Planificación							
1	✓		✓		✓		<i>correcto</i>
2	✓		✓		✓		
3	✓		✓		✓		
4	✓		✓		✓		
Dimensión 2: Comunicación							
5	✓		✓		✓		✓
6	✓		✓		✓		✓
7	✓		✓		✓		✓
8	✓		✓		✓		✓
Dimensión 3: Auditoría							
9	✓		✓		✓		✓
10	✓		✓		✓		✓
11	✓		✓		✓		✓
12	✓		✓		✓		✓

INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIÓN EDUCATIVA

 INIE - Unidad de Evaluación de la Calidad

 Calle 10 de Agosto 1001

Ítems correspondientes al Instrumento 2: Motivación 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 constructo planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: Logro							
1	✓		✓		✓		Correcto
2	✓		✓		✓		✓
3	✓		✓		✓		✓
4	✓		✓		✓		✓
Dimensión 2: Afiliación							
5	✓		✓		✓		✓
6	✓		✓		✓		✓
7	✓		✓		✓		✓
8	✓		✓		✓		✓
Dimensión 3: Poder							
9	✓		✓		✓		✓
10	✓		✓		✓		✓
11	✓		✓		✓		✓
12	✓		✓		✓		✓

Otras observaciones generales:

Instrumento Aplicable

[Firma]
 MSc. Deyanira Valderrama Jara
 Docente, Universidad

Colegio de Licenciados del Perú: 11296

Anexo 9. Tabulaciones

Variable: Atención al cliente

Características de la planificación de atención al cliente en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
La empresa planifica la atención al cliente	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	- - - - -	36	0.00
	Algunas veces	- - - - - - - - - - - -	71	9.38
	Casi siempre	- - - - - - - - - - - - -	69	18.49
	Siempre	- - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - -	208	17.97
	Total		384	100.00
Percibe que se planifica el flujo de servicio	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces	- - - - -	36	9.38
	Casi siempre	- - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - -	210	54.68
	Siempre	- - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - -	138	35.94
	Total		384	100.00
Percibe que se atiende rápidamente las contingencias	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces	- - - - -	35	9.11
	Casi siempre	- - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - - -	279	72.66
	Siempre	- - - - - - - - - - - -	70	18.23
	Total		384	100.00

Variable: Motivación del personal

Características de logro del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Considera que posee la capacidad para realizar su labor	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces		1	16.67
	Casi siempre		1	16.67
	Siempre		4	66.67
	Total	 - 	6	100.00
Comprende la meta que debe cumplir	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces		1	16.67
	Casi siempre		1	16.67
	Siempre		4	66.67
	Total	 - 	6	100.00
Comprende que la meta establecida por la empresa debe cumplirse	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces		1	16.67
	Casi siempre		1	16.67
	Siempre		4	66.67
	Total	 - 	6	100.00
Considera que al cumplir la meta se desarrolla como persona	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces		1	16.67
	Casi siempre		1	16.67
	Siempre		4	66.67
	Total	 - 	6	100.00

Características de logro del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Al realizar sus funciones se siente integrado a la empresa	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces		1	16.67
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre		5	83.33
	Total	 - 	6	100.00
Siente satisfacción al realizar sus funciones	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces		1	16.67
	Casi siempre		1	16.67
	Siempre		4	66.67
	Total	 - 	6	100.00
Realiza y cumple su trabajo que le genera estabilidad	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces		1	16.67
	Casi siempre		1	16.67
	Siempre		4	66.67
	Total	 - 	6	100.00
Existe una interrelación con su superior y compañeros	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces		1	16.67
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre		5	83.33
	Total	 - 	6	100.00

Características de poder del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Realiza su trabajo y le genera un mejor posicionamiento en la organización	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces		1	16.67
	Casi siempre		1	16.67
	Siempre		4	66.67
	Total	 - 	6	100.00
Tiene confianza que sus superiores valoran su contribución	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces		1	16.67
	Casi siempre	-	0	0.00
	Siempre		5	83.33
	Total	 - 	6	100.00
Considera que su trabajo contribuye al desarrollo de la empresa	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces		1	16.67
	Casi siempre		1	16.67
	Siempre		4	66.67
	Total	 - 	6	100.00
Considera que su trabajo está orientado a la satisfacción del cliente	Nunca	-	0	0.00
	Muy pocas veces	-	0	0.00
	Algunas veces		1	16.67
	Casi siempre		1	16.67
	Siempre		4	66.67
	Total	 - 	6	100.00

Anexo 10. FIGURAS

Variable: Atención al cliente

Características de la planificación de atención al cliente en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

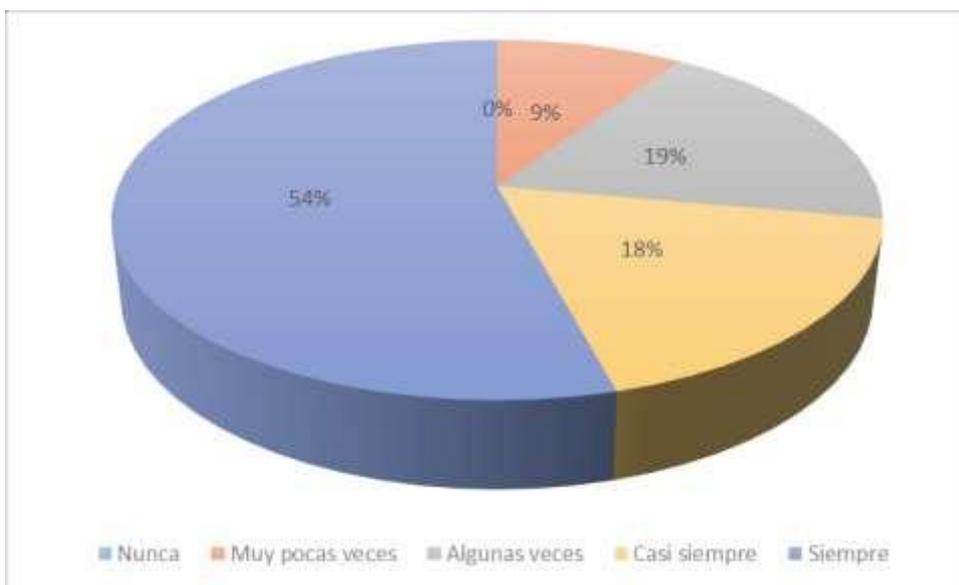


Figura 1. La empresa planifica la atención al cliente.

Fuente: Tabla 1.

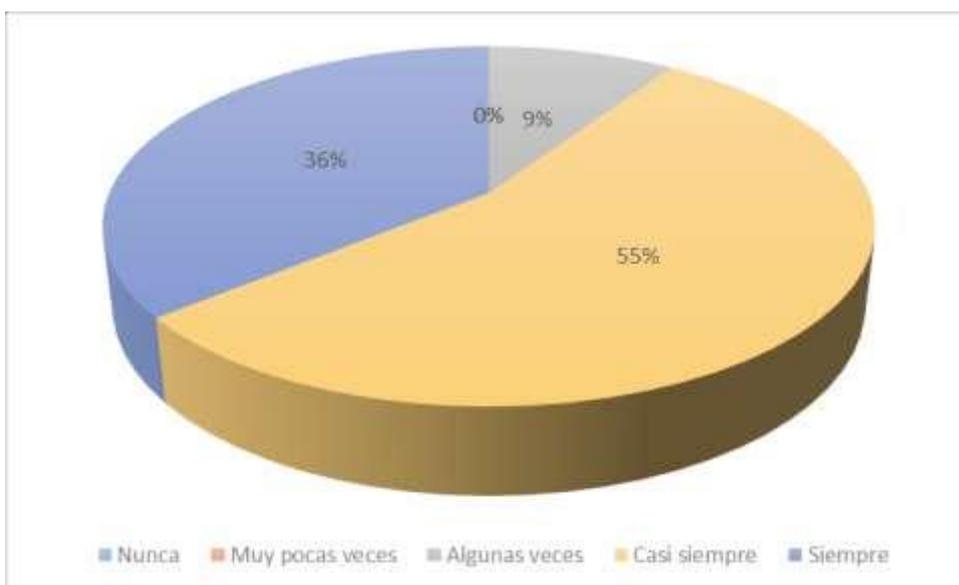


Figura 2. Percibe que se planifica el flujo de servicio

Fuente: Tabla 1.

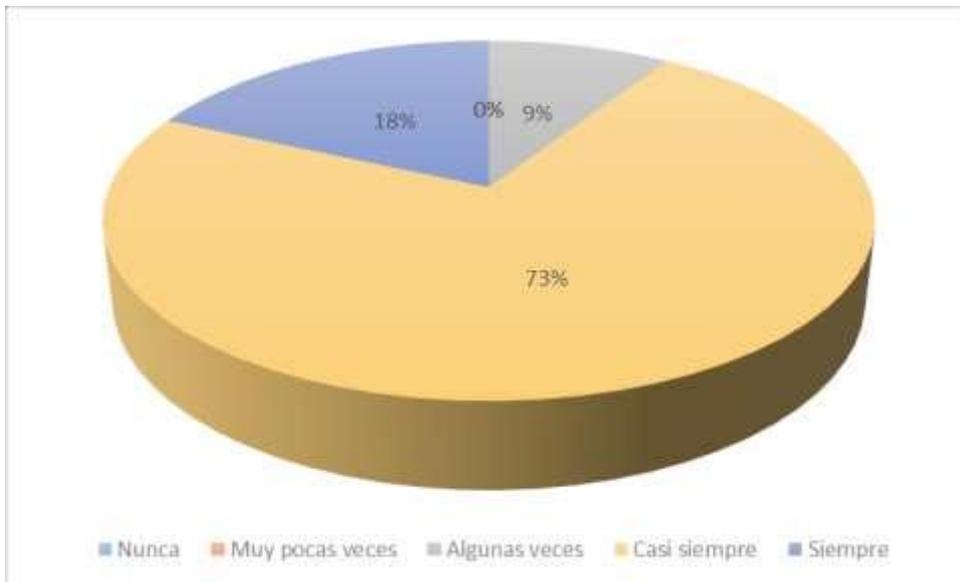


Figura 3. Percibe que se atiende rápidamente las contingencias

Fuente: Tabla 1.

Características de la comunicación con los clientes en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.



Figura 4. La empresa lo ha invitado a participar en encuestas de satisfacción

Fuente: Tabla 2.

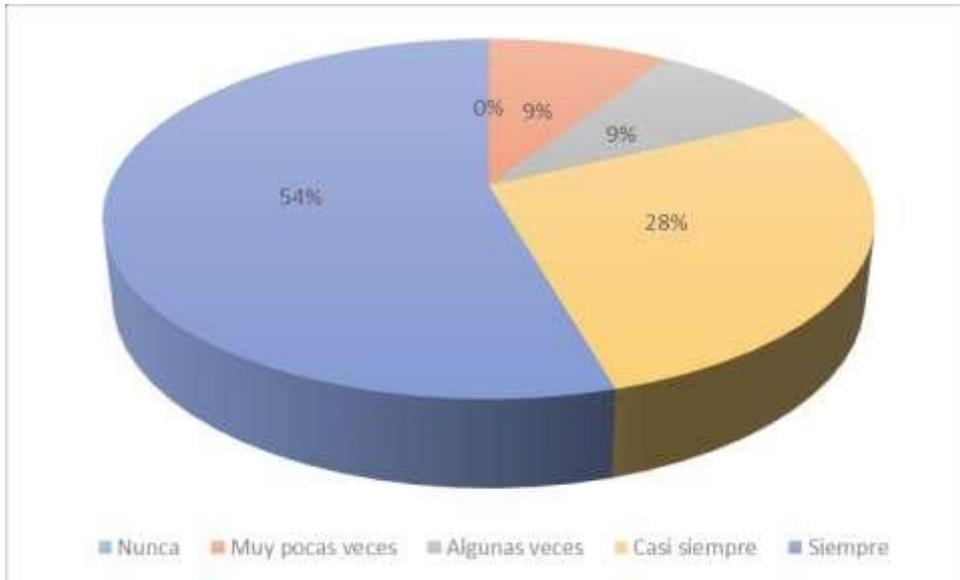


Figura 5. El mensaje de confianza es mejor que la competencia

Fuente: Tabla 2.

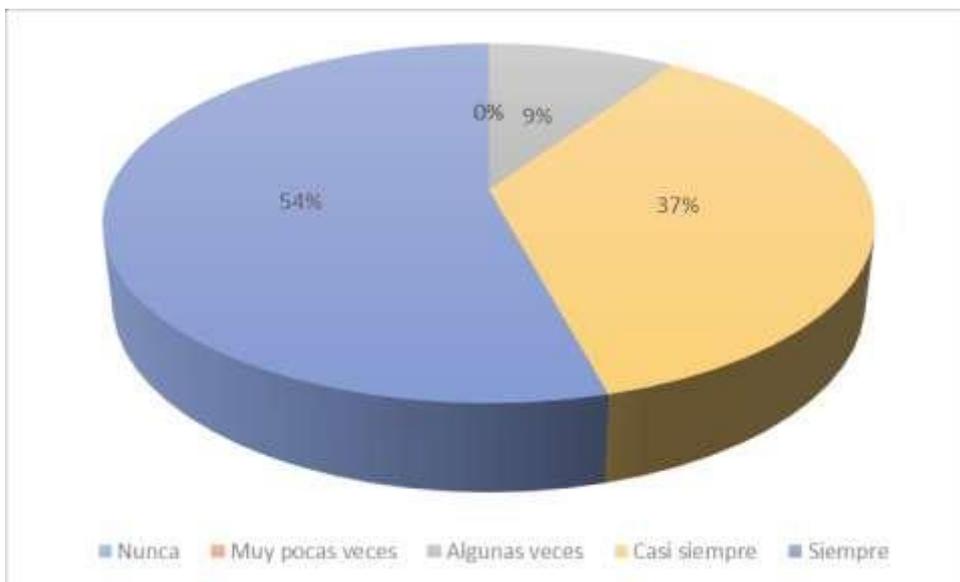


Figura 6. Se preocupan por la satisfacción del cliente

Fuente: Tabla 2.

Características de auditoría del servicio en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

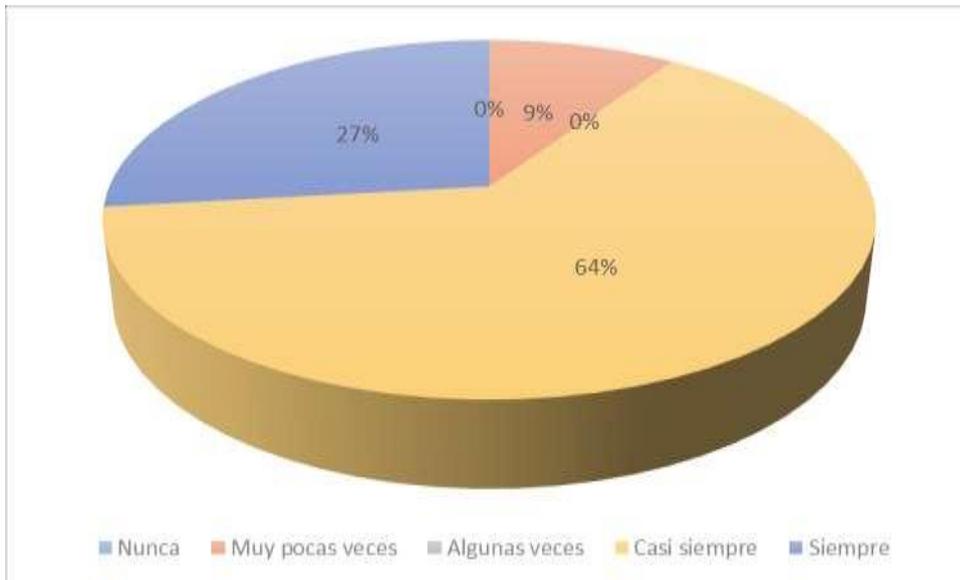


Figura 7. Percibe control permanente respecto a la calidad de atención al cliente.

Fuente: Tabla 3.

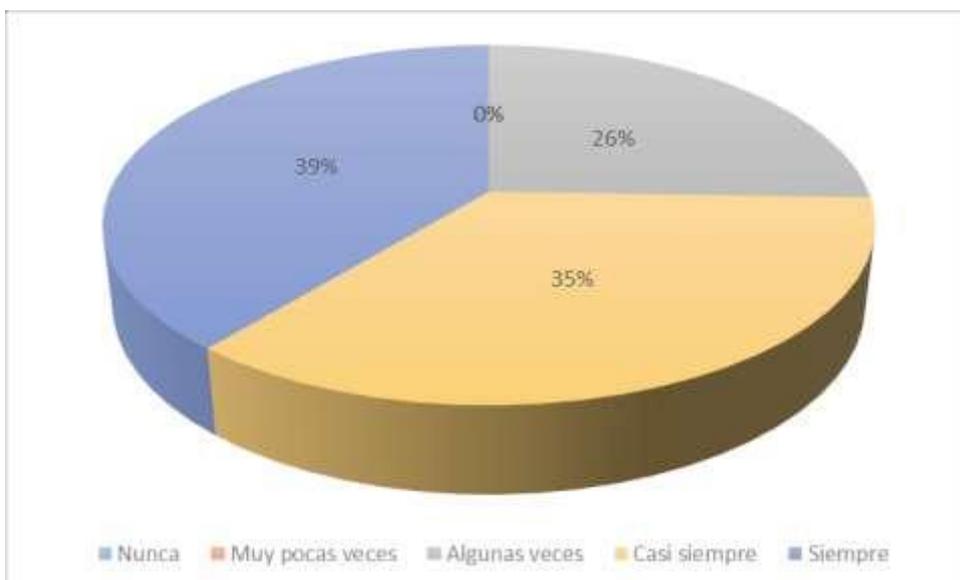


Figura 8. El personal se encuentra empoderado para tomar decisiones.

Fuente: Tabla 3

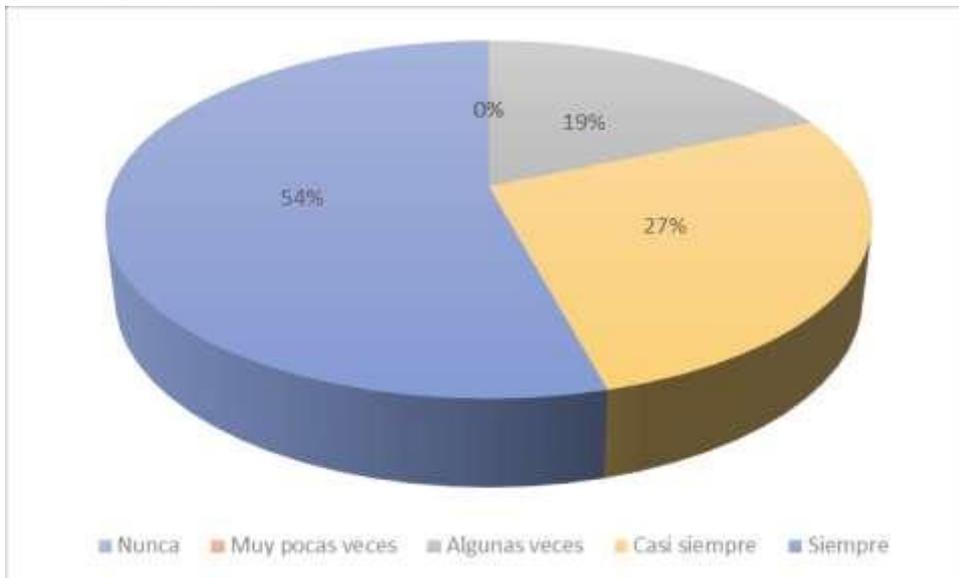


Figura 9. Percibe que existe una mejora en la atención al cliente

Fuente: Tabla 3.

Variable: Motivación laboral

Características de logro del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.



Figura 10. Considera que posee la capacidad para realizar su labor

Fuente: Tabla 4.

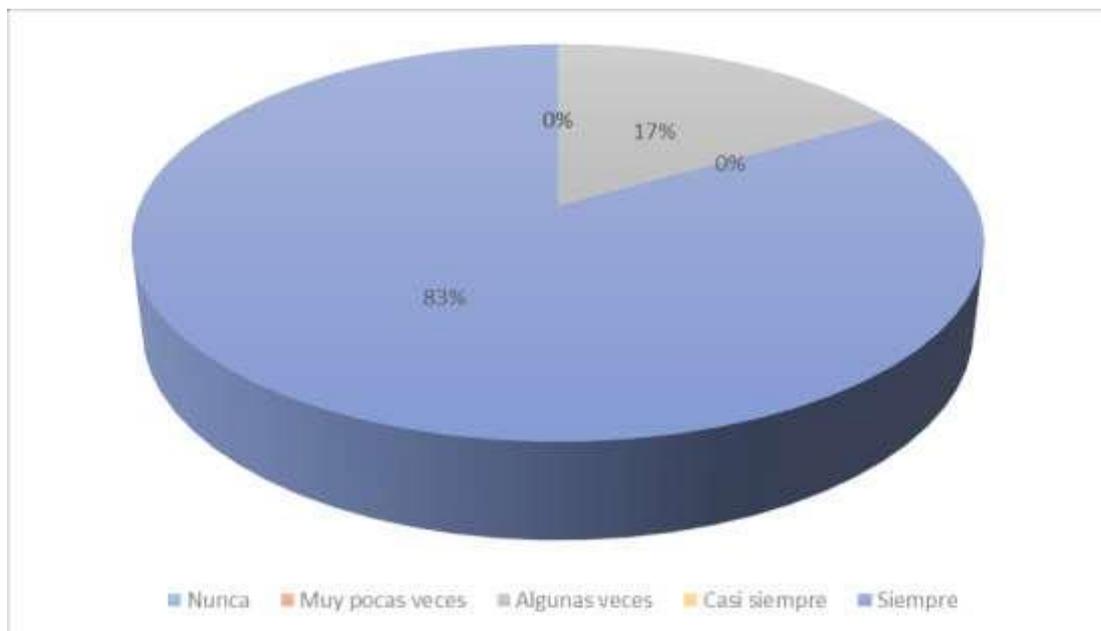


Figura 11. Comprende la meta que debe cumplir

Fuente: Tabla 4.

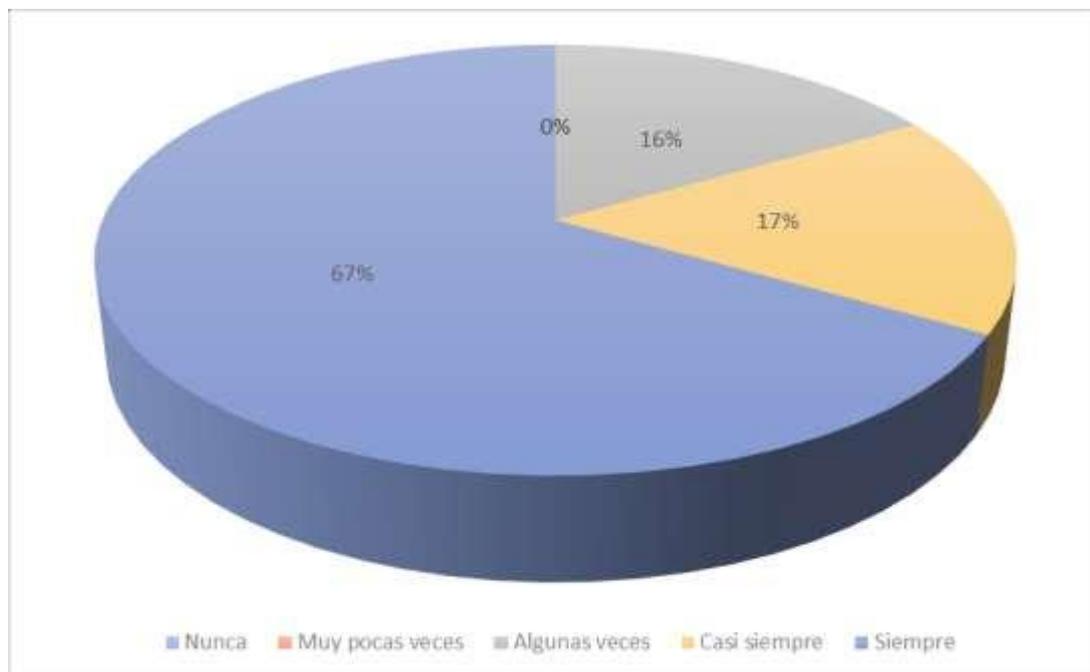


Figura 12. Comprende que la meta establecida por la empresa debe cumplirse.

Fuente: Tabla 4.

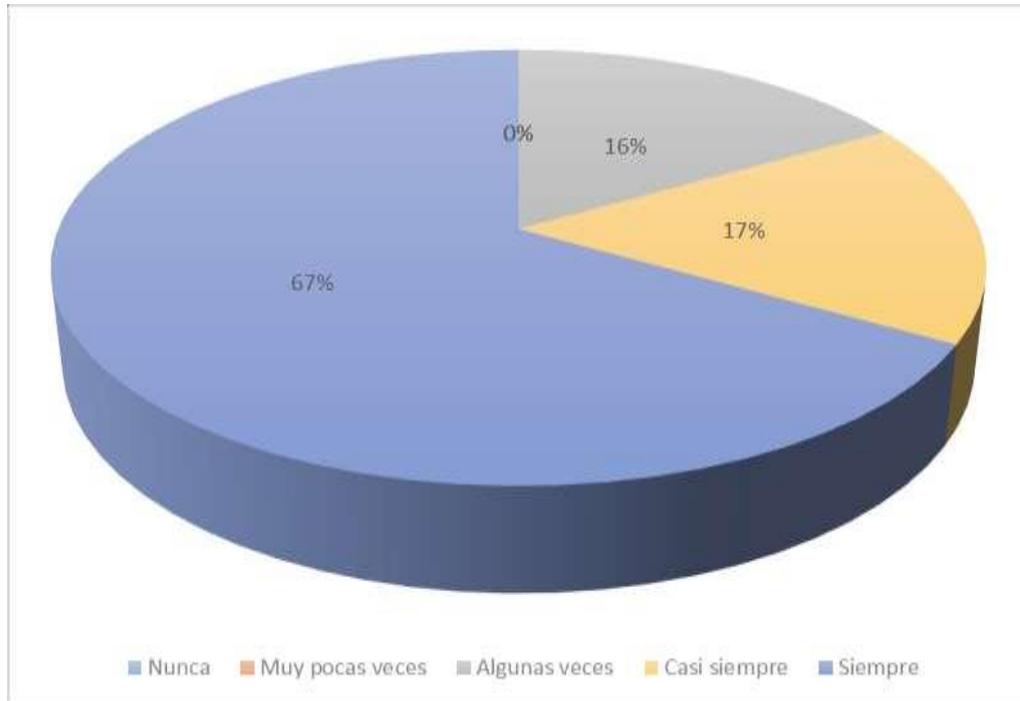


Figura 13. Considera que al cumplir la meta se desarrolla como persona.

Fuente: Tabla 4.

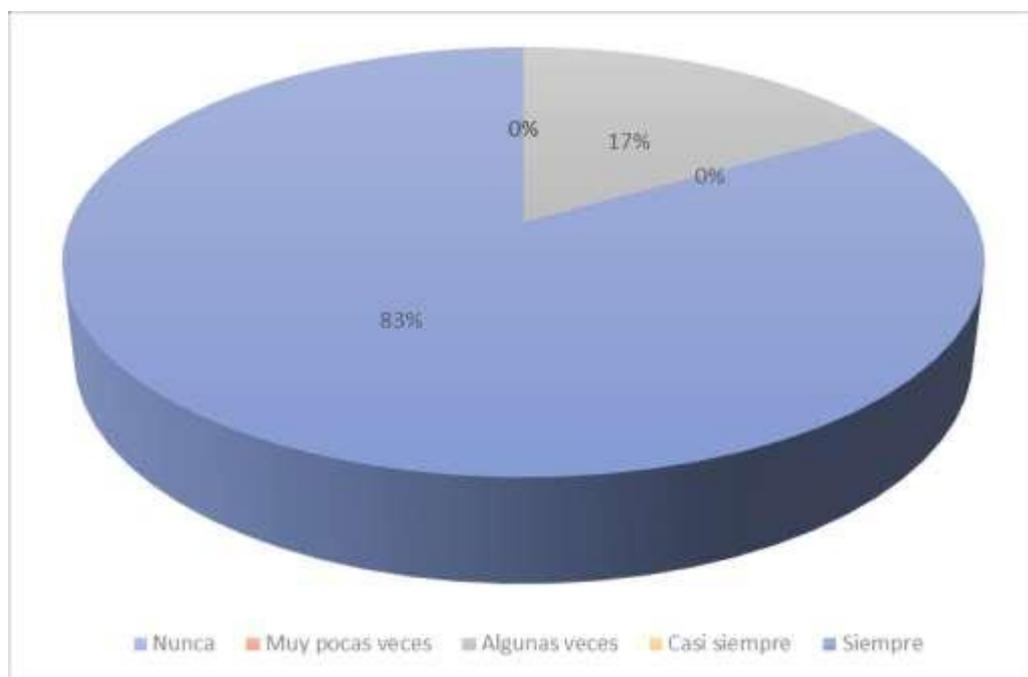


Figura 14. Al realizar sus funciones se siente integrado a la empresa.

Fuente: Tabla 5.

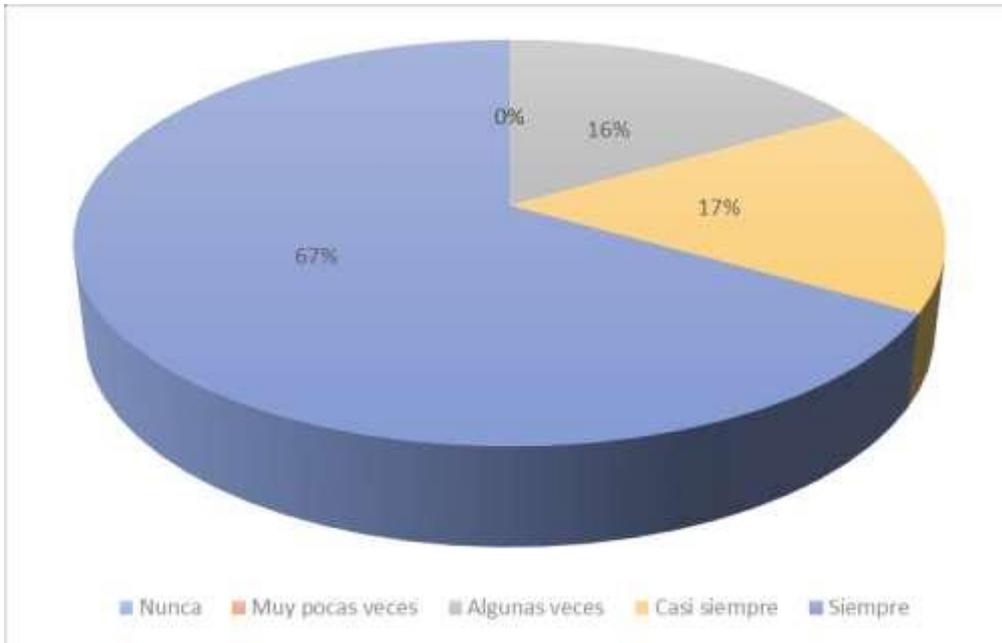


Figura 15. Siente satisfacción al realizar sus funciones.

Fuente: Tabla 5.

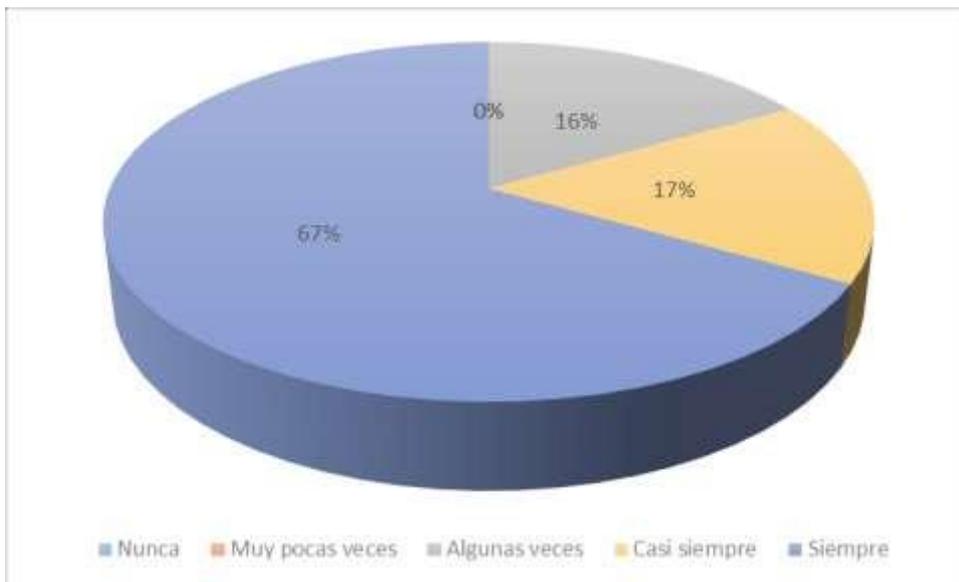


Figura 16. Realiza y cumple su trabajo que le genera estabilidad.

Fuente: Tabla 5.

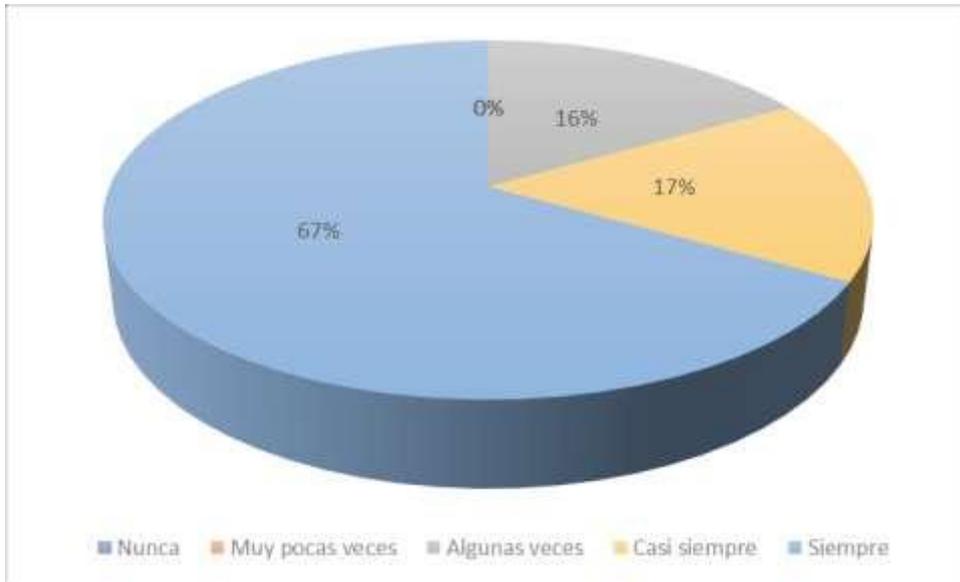


Figura 17. Existe una interrelación con su superior y compañeros.

Fuente: Tabla 5.

Características de poder del personal en la microempresa cevichería restaurant "Milagritos", Callería, Pucallpa, 2022.

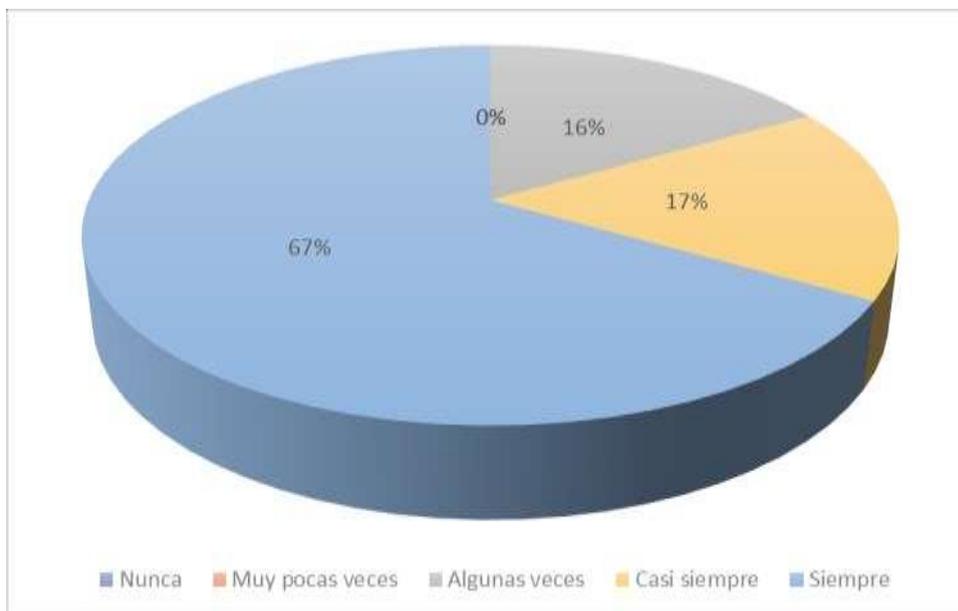


Figura 18. Realiza su trabajo y le genera un mejor posicionamiento en la organización.

Fuente: Tabla 6.

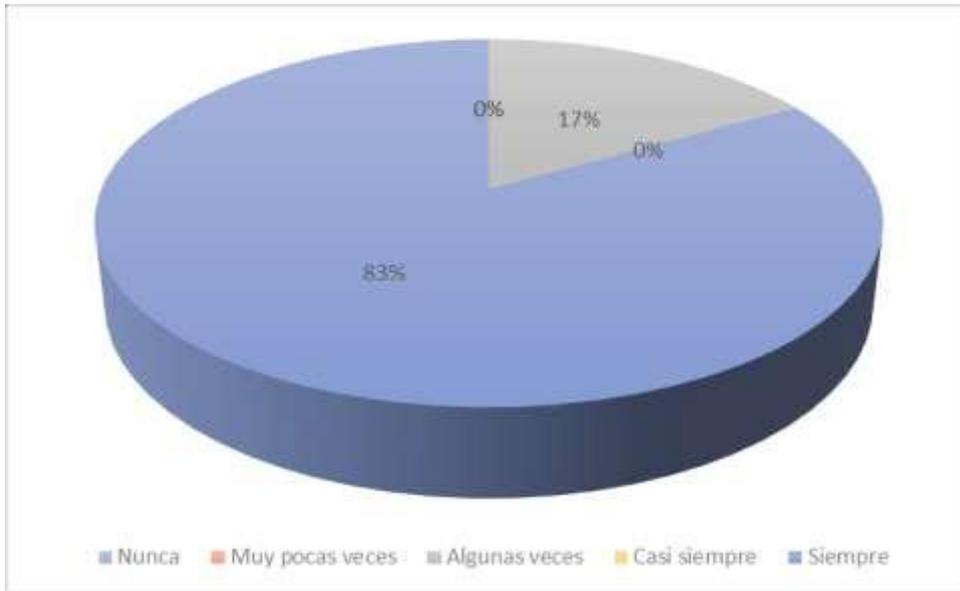


Figura 19. Tiene confianza que sus superiores valoran su contribución.

Fuente: Tabla 6.

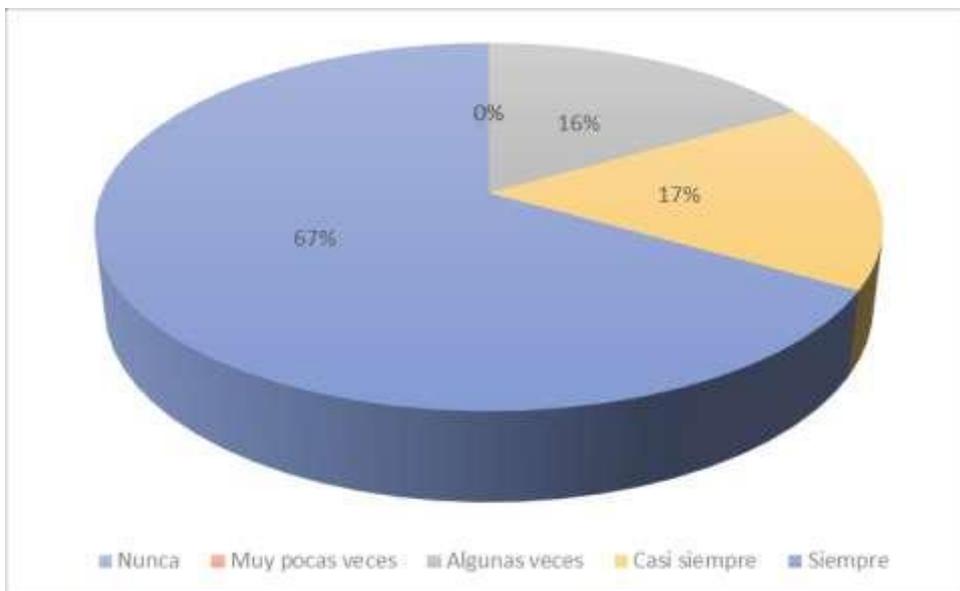


Figura 20. Considera que su trabajo contribuye al desarrollo de la empresa.

Fuente: Tabla 6.

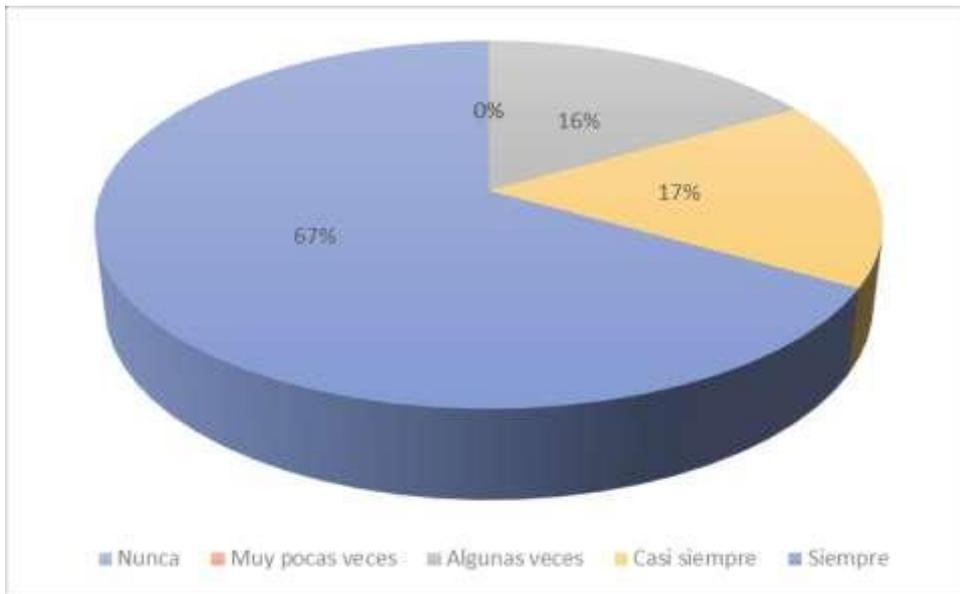


Figura 21. Considera que su trabajo está orientado a la satisfacción del cliente.

Fuente: Tabla 6.

Anexo 11. Evidencia fotográfica



