



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE
ADMINISTRACIÓN

PROPUESTA DE MEJORA DE MOTIVACIÓN LABORAL
Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y
PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS,
RUBRO RESTAURANTES DE PRODUCTOS
HIDROBIOLÓGICOS DE AVENIDA ANTONIO
RAYMONDI, DISTRITO DE HUARAZ, 2021

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

GUTIERREZ LLIUYA, NYLLA HILDA

ORCID: 0000-0002-0189-1402

ASESOR

ESTRADA DÍAZ, ELIDA ADELIA

ORCID: 0000-0001-9618-6177

HUARAZ – PERÚ

2022

EQUIPO DE TRABAJO

AUTOR

Gutierrez Lliuya, Nylla Hilda

ORCID: 0000-0002-0189-1402

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,

Huaraz, Perú

ASESOR

Estrada Díaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

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

JURADO

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Mino Ascencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Rosillo de Purizaca, María del Carmen

ORCID: 0000-0003-2177-5676

Presidente

Salinas Gamboa, José German

ORCID: 0000-0002-8491-0751

Miembro

Mino Ascencio, María Isabel

ORCID: 0000-0003-1132-2243

Miembro

Estrada Diaz, Elida Adelia

ORCID: 0000-0001-9618-6177

Asesor

AGRADECIMIENTO

A mis padres, mis hermanos (as) en especial
a mis hijas Brittany y Génesis

DEDICATORIA

A Dios, por su inmensa compasión y
Piedad, por jamás dejarme abandonada
y ayudarme a cumplir mis objetivos.

A mi familia, por confiar en mí y
darme todo su apoyo, brindarme
muchas fuerzas y motivación

Con gran aprecio, a mi asesora magíster
Estrada Diaz, Elida Adelia por su dedicada
labor en su enseñanza y mucha paciencia y
dedicación, contribuyendo hasta la
culminación de la investigación.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general: Determinar si la mejora de la motivación laboral y atención al cliente permite un óptimo funcionamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021. La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo - de propuesta. Para el recojo de información se utilizó una población muestral de 22 trabajadores de las 5 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 14 preguntas a través de la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 36.36% de los trabajadores indicaron que algunas veces son informados y comprometidos con los objetivos empresariales, el 36.36% mencionaron que algunas veces consideran que la empatía es importante y la practican, 59.09% indicaron que algunas veces la empresa cumple con lo prometido a sus clientes, 50.00% indicaron algunas veces se enfocan en lograr una buena atención. La investigación concluye que: la minoría de los representantes informan a sus trabajadores los objetivos empresariales, esto se debe a que no conocen ejercer una buena gestión ni consideran sus experiencias para resolver problemas y muy pocas veces dejan expresar su incomodidad y punto de vista de los trabajadores. Así mismo, casi la mitad de los trabajadores y representantes toman acciones frente a los posibles problemas que se presentan en la atención al cliente y muchas veces pasan por alto que los clientes son fundamentales para las empresas.

Palabras clave: motivación, atención, clientes, microempresas.

ABSTRACT

The general objective of this research was: To determine if the improvement of work motivation and customer service allows optimal functioning in micro and small companies in the service sector, restaurants of hydrobiological products on Antonio Raymondi avenue, district of Huaraz, 2021. The research was non-experimental design - transversal - descriptive - proposal. For the collection of information, a sample population of 22 workers from the 5 micro and small companies was used, to whom a questionnaire of 14 questions was applied through the survey technique. Obtaining the following results: 36.36% of the workers indicated that they are sometimes informed and committed to business objectives, 36.36% mentioned that they sometimes consider empathy to be important and practice it, 59.09% indicated that sometimes the company meets With what was promised to their clients, 50.00% indicated that they sometimes focus on achieving good service. The investigation concludes that: the minority of the representatives inform their workers of the business objectives, this is because they do not know how to exercise good management or consider their experiences to solve problems and very rarely do they express their discomfort and the point of view of the workers. workers. Likewise, almost half of the workers and representatives take action against possible problems that arise in customer service and often overlook the fact that customers are essential for companies.

Keywords: motivation, attention, clients, micro-enterprises.

CONTENIDO

1. Título de la tesis	i
2. Equipo de trabajo	ii
3. Jurado evaluador y asesor	iii
4. Dedicatoria.....	v
5. Resumen.....	vi
6. Contenido.....	viii
7. Índice de tablas y figuras	ix
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	9
III. Hipótesis.....	44
IV. Metodología	45
4.1. Diseño de investigación.....	45
4.2. Población y muestra	46
4.3. Definición y operacionalización de la variable e indicadores	49
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	52
4.5. Plan de análisis	52
4.6. Matriz de consistencia	54
4.7. Principios éticos.....	56
V. Resultados.....	58
5.1. Resultados.....	58
5.2. Análisis de resultados	80
VI. Conclusiones	87
Aspectos complementarios	89
Referencias bibliográficas	91
Anexos.....	97

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características de las acciones para identificar la motivación del personal en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021.....	59
Tabla 2. Características del proceso para impulsar al rendimiento de los trabajadores en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021.....	60
Tabla 3. Características de la dirección del personal para el desarrollo de sus actividades en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021.....	61
Tabla 4. Características del servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021.....	63
Tabla 5. Características de satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021.....	64
Tabla 6. Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes hidrobiológicos en avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz 2021.....	65

INDICE DE FIGURAS

Figura 1.	Trabajador informado y se compromete con los objetivos	111
Figura 2.	Consideran que la empatía es importante y practican	111
Figura 3.	La empresa realiza reconocimientos por los logros	112
Figura 4.	Tienen las herramientas necesarias	112
Figura 5.	Valoran su progreso de aprendizajes obtenidas	113
Figura 6.	Consideran su experiencia para resolver problemas	113
Figura 7.	Recompensan la voluntad que demuestra en el trabajo	114
Figura 8.	Tiene la libertad de expresar su incomodidad o punto de vista	114
Figura 9.	Toma acciones frente los posibles problemas en la atención	115
Figura 10.	Un cliente presenta reclamo le brinda una pronta solución	115
Figura 11.	La empresa cumple con lo prometido a sus clientes	116
Figura 12.	Cumple adecuadamente con los requerimientos del cliente	116
Figura 13.	se enfoca en lograr una buena atención	117
Figura 14.	Brinda una atención rápida y oportuna	117

I. INTRODUCCIÓN

En Alemania las micro y pequeñas empresas tienen una gran potencia en cuanto a la calidad de productos y servicios que brindan, cabe indicar que este país tiene un mercado de 82 millones de compradores con un excelente dominio alcanzable y una tasa mínima del (3,70%), del mismo modo las MYPES en Alemania siguen superando cada día, preciso a que los mandatos en cuanto a calidad y cumplimiento del pacto son muy altos, esencialmente en el mercado de bienes industriales y productos de consumo, donde las equiparaciones y los test delanteros a la adquisición juegan el papel básico, de la misma manera la cultura empresarial Alemana es muy favorable, dado que resulta clave transmitir empatía habilidad de comunicación. (Sekulis, 2017)

Por otro lado, en América Latina y el caribe las micro y pequeñas empresas generan alrededor del 47% del empleo, ofrecen trabajo a unos 127 millones de personas, mientras que solo un 19% del empleo se genera en las empresas medianas y grandes, por lo tanto este tipo de empresa siga desarrollándose es muy importante que los Gobiernos apoyen con asistencia técnica, y como la motivación laboral es un factor preciso en la sociedad donde el empleado puede interactuar tanto como descubrir retos, pero la mayoría de estos negocios no brindan un buen servicio al cliente por desconocimiento a la motivación laboral, y esto afecta directamente en su rentabilidad, afectándolo a tal punto que algunas empresas quiebran. (Salazar, 2015)

En Brasil, según un estudio del ministerio de economía las micro y pequeñas empresas que representan el 95% del sector turístico son las que más rápidamente

están asimilando en reactivación económica del país, son consideradas como motor del crecimiento de la productividad y la innovación, entre Julio y Setiembre crearon 443000 puestos, el 30% de totalidad producida en Brasil y son responsables de más de la mitad de los empleos directos. Ya que las personas participan de forma cooperativa y competitiva, tienen determinadas motivaciones coordinando sus acciones según el objetivo de la empresa por ello aseguran que son los resultados de los fuertes aportes del gobierno federal. (Ministerio de Economía y Finanzas, 2020)

En Colombia el 80% de las micro y pequeñas empresas representan del empleo del país, y el 90% del sector productivo, uno de sus mayores desafíos es la competitividad ya que unas pymes no generan procesos estratégicos para residir a la altura de los mercados tiene pocas posibilidades de sobrevivencia en el país. Esto ha sido la preocupación de las empresas gubernamentales quienes fomentan su desarrollo. (El Tiempo, 2021)

En Perú en 2020 contribuyeron el 95% de la estructura empresarial a pesar de la pandemia COVID-19 que afecto a muchos micro y pequeñas empresas del mundo y empezaron a un 26,6% de la PEA, las micro y pequeñas empresas en Perú aportan un 40% del PBI por ello están en las mayores impulsadoras del crecimiento económico del país, también tienen una participación decisiva en materia de generación de empleo, inclusión social, innovación, competitividad y lucha contra la pobreza, generan el 47% del empleo en América Latina, para el dicho logro la motivación a los trabajadores es muy importante al cual dará un buen resultado al finalizar el día aumentarán más clientes satisfechos. (Guzman, 2018)

En Lima y sus provincias como Huaraz, durante la pandemia las empresas comenzaron con los protocolos de bioseguridad con la finalidad de sobrevivir para la reanudación progresiva de las actividades económicas, la naturaleza de los restaurantes es dar puestos de trabajo, mientras se van empleando nuevas medidas acorde el avance de la pandemia ellos deben ser más creativos y apoyarse también en la solidaridad de sus clientes, para una buena atención al cliente y satisfacer sus necesidades de los ellos tienen que tener en cuenta su estado emocional de los colaboradores. La flexibilidad de las medidas laborales ayuda a que muchos restaurantes sigan en actividad, actualmente los restaurantes siguen cumpliendo las normativas que se les dio, que es la bioseguridad. (García, 2021)

Sin embargo, muchas de ellas se descuidan en cuanto a la motivación laboral dejando a un lado a sus trabajadores quizá muchas veces pensando en generar más ingresos, sin darse cuenta que el empleado está solo por cubrir el puesto del trabajo o necesidad y no por propia iniciativa ni interés a causa de ello viene el mal servicio al cliente, de todas maneras, va generar pérdida, aun mínima y a la medida que siguen igual sin darse cuenta de ello puede llegar hasta el punto de quiebre. Porque suele suceder, un buen servicio o una buena atención al cliente generaría muchas recomendaciones más por el beneficio de la empresa y cuando resulte lo contrario puede que pierda muchos clientes y no sería conveniente que sucediera eso, estos casos suceden muchas veces por el desconocimiento y mal manejo de administración en los emprendedores que surgen solamente con la experiencia del campo, trabajan de forma empírica mas no de una adecuada administración de una empresa que manejan enfocan sus esfuerzos en la gestión del día a día sin planes al

futuro no establecen sus objetivos, misión, visión, estrategias esto impide el crecimiento y desarrollo empresarial.

En Huaraz donde se desarrolló el trabajo de la investigación existen micro y pequeñas empresas de rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, las cuales ostentan problemas de motivación laboral y atención al cliente debido a que los representantes desconocen la gestión de una empresa y no les incumbe tanto los trabajadores solo generar ingresos, no se dan cuenta que cuando un personal con emociones inestables pueden ocasionar problemas quizá sin intenciones pero sucede, de mismo modo los clientes se sentirán ausencia de atención y amabilidad por momentos dejan de practicar la empatía.

Por lo anterior expresado se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿La mejora de la motivación laboral y atención al cliente permite un óptimo funcionamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021?

Para dar respuesta a la pregunta de investigación de planteó el siguiente objetivo general: Determinar si la mejora de motivación laboral y atención al cliente permite un óptimo funcionamiento en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021.

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

Describir las acciones para identificar la motivación del personal en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021. Describir las características del proceso para impulsar al rendimiento de los trabajadores en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021. Describir las características de la dirección del personal para el desarrollo de sus actividades en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021. Describir las características del servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021. Determinar las características de satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021. Elaborar una propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021.

La investigación se justifica porque, permitió conocer mediante el diagnostico los problemas que traspasan las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, para poder tomar las medidas correctivas utilizando la información que se presenta en la investigación. Dado que, si conocen y desarrollen de manera eficiente la motivación laboral y atención al cliente en las

micro y pequeñas empresas a través de sus características de motivación laboral como cumplir con los objetivos de la empresa, ser empáticos, ser considerados en lluvia de ideas, que exista incentivos y de la mano tener en cuenta las características de atención al cliente como entusiasmo, habilidad de comunicación, paciencia, rapidez, etc. Para un buen funcionamiento de la empresa el personal debe tener conocimientos necesarios de sus funciones y acciones teniendo en cuenta que los propietarios estén atentos a las necesidades de sus colaboradores para dar una respuesta inmediata.

De igual forma, la investigación se justifica porque será favorable para la sociedad, posibles emprendedores e investigadores, para tener en cuenta que el capital humano es de suma importancia dentro de la organización y tienen que estar motivados ya sea interno o externo depende de ello una buena atención al cliente, hoy por hoy los clientes son muy importantes para una organización y tienen razón en todo, tener en cuenta que sin clientes no existen empresas en nuestro país ni en mundo entero.

La investigación fue de diseño no experimental – transversal – descriptivo- de propuesta.

Para el recojo de información se utilizó una población muestral de 22 trabajadores de las micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 14 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: El 36.36% de los trabajadores indicaron que algunas veces son informados y comprometidos con los objetivos empresariales, 36.36%

mencionaron que algunas veces consideran que la empatía es importante y practican, 36.36% indicaron muy pocas veces la empresa realiza reconocimientos por los logros, 36.36% indicaron casi siempre tienen las herramientas necesarias, 31.82% mencionaron muy pocas veces valoran su progreso de aprendizajes obtenidas, 36.36% indicaron que muy pocas veces consideran su experiencia para resolver problemas, 36.36% indicaron algunas veces recompensan la voluntad que demuestra en el trabajo, el 36.36% mencionaron que muy pocas veces tienen la libertad de expresar su incomodidad o punto de vista, 36.36% de los trabajadores indicaron que algunas veces toman acciones frente a los posibles problemas presentados en la atención, 45.45% de los trabajadores indicaron que algunas veces los clientes presentan reclamo le brindan una pronta solución, 59.09% indican que algunas veces la empresa cumple con lo prometido a sus clientes, el 36.36% de los trabajadores indican que algunas veces cumplen adecuadamente con los requisitos del cliente, 50.00% de los trabajadores indican que algunas veces se enfocan en lograr una buena atención y un 50.00% de los trabajadores indicaron que algunas veces brindan una atención rápida y oportuna. La investigación concluye que: La minoría de los representantes toman acciones para identificar la motivación del personal, sucede porque desconocen la buena gestión de la empresa, para impulsar al personal solo algunas veces hacen reconocimientos sus logros y casi siempre cuentan con las herramientas necesarias. No consideran sus experiencias para resolver problemas y muy pocas veces dejan expresar su incomodidad y punto de vista de los colaboradores por lo tanto el personal vive en condiciones que no pueden auto desarrollarse no perciben incentivos económicos ni emocionales. Así

mismo, casi la mitad de los trabajadores y representantes toman acciones frente los posibles problemas que se presentan en la atención al cliente muchas veces se les pasa de las manos al no tener claro que los clientes son fundamentales para el progreso de su organización.

II. REVISIÓN DE LITERATURA

2.1. Antecedentes

Antecedentes internacionales

V.1 Motivación laboral

Castro (2016) En la tesis de posgrado propuesta, El papel de los valores hacia el trabajo en la motivación laboral y el desempeño de trabajadores de PYMES potosinas, de Paola Marcela Castro Vázquez de la universidad Autónoma de San Luís Potosí facultada de contaduría y administración sustentada en julio del 2016 con el que obtuvo el grado de maestría en administración con énfasis en negocios. El objetivo de esta tesis fue analizar la influencia de los valores hacia el trabajo sobre la motivación laboral y el desempeño adaptativo de trabajadores de Pymes potosinas. En general, los resultados corroboran las hipótesis planteadas en el modelo de investigación, respecto a la relación entre los valores hacia el trabajo, la motivación laboral y el desempeño adaptativo. A continuación, se discuten los resultados y las implicaciones de estos hallazgos para la literatura sobre las variables estudiadas. Primero, los resultados ofrecen apoyo empírico a la hipótesis 1 sobre la relación positiva entre los valores hacia el trabajo y la motivación laboral. Lo anterior concuerda con estudios previos que han demostrado la influencia de los valores hacia el trabajo en variables de tipo afectivo, tales como el compromiso organizacional (Elizur & Koslowsky, 2001; Feather & Rauter, 2004), la satisfacción (Feather & Rauter, 2004) y el estrés laboral (Siu, 2003; Siu, Spector, Cooper & Lu, 2005). En el presente trabajo se muestra una relación positiva entre los valores y la motivación laboral. Segundo, los resultados

obtenidos evidencian la relación entre los valores hacia el trabajo y el desempeño laboral de trabajadores de pymes potosinas (hipótesis 2). Aunque existen pocos estudios acerca de la relación de los valores y el desempeño laboral, se puede rescatar el estudio de Takase, Maude & Manias (2005) en una muestra de enfermeras donde los valores repercutían en el desempeño laboral. Tercero, la evidencia recogida respalda la hipótesis 3 sobre el efecto positivo de la motivación en el desempeño laboral de trabajadores de pymes potosinas. Al respecto, 87 numerosos estudios han destacado la influencia positiva de la motivación en el desempeño laboral. De acuerdo a lo anteriormente descrito, se puede decir que los valores juegan un papel muy importante en la conducta de las personas, debido a que influyen en sus percepciones, actitudes y motivaciones (Ueda & Ohzono, 2012). La función de los valores es la de proveer de un conjunto de principios que guíen el comportamiento del individuo en el ámbito laboral, al ser éstos de los aspectos primordiales de la personalidad, ya que son el fundamento de la identidad personal y del sistema social. Entonces, se puede afirmar que los valores norman la conducta del hombre. Es por eso que las organizaciones actuales necesitan atraer talento humano con valores sólidos como la lealtad, honestidad, respeto, sinceridad y solidaridad, entre muchos otros, los cuales tendrán un efecto positivo en su desempeño laboral (Gabino, s.f.). La medición de los valores en la evaluación del desempeño puede ayudar a las organizaciones de varias maneras: primero, pueden mejorar la calidad de las decisiones organizacionales que van desde los aumentos de salario, hasta los ascensos o inclusive las separaciones. La función

de los recursos humanos en una organización, es maximizar las aportaciones de los empleados a los objetivos de la empresa; las evaluaciones del desempeño del empleado en el trabajo pueden jugar un papel fundamental en el logro de esta función. En segundo lugar, mejoran la calidad de las decisiones individuales. Una precisa retroalimentación en el desempeño, es un componente importante del éxito en la capacitación, y proporciona información crítica para que se conformen autoevaluaciones realistas en el lugar de trabajo. La retroalimentación en el desempeño, también es clave para 88 mantener altos niveles de motivación laboral. Para la presente investigación, de acuerdo a los resultados, los empleados tienen los valores más presentes en lo relativo a apertura al cambio y auto- trascender. Lo que significa que son empleados lo que desean de acuerdo a la teoría de Schwartz (1992), retos en la vida y tener una estimulación para poder activarse, así como tener control de las labores que realizan.

Sum (2015) la tesis de pre grados *motivación y desempeño labora estudios con el personal administrativo de una empresa de alimentos de una zona 1 de Quetzaltenango* de Mónica Ivette Sum Mazariegos de la universidad Rafael Landívar de la facultad de humanidades sustentada en marzo del 2015 con el que obtuvo el grado de licenciatura donde según los resultados obtenidos de la presente investigación determina que la motivación influye en el desempeño laboral del personal administrativo de la empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango. La prueba estandarizada Escala de Motivaciones Psicosociales, aplicada a los colaboradores para medir el nivel de motivación,

evalúa diferentes factores, como lo son, Aceptación e integración social, reconocimiento social, autoestima/ autoconcepto, autodesarrollo, poder, seguridad, obtuvieron diferentes puntuaciones en su mayoría altas las cuales se tomaron dos aspectos a calificar y fueron, incentivo y satisfacción los resultados de dichos factores fueron los siguientes: Incentivo Satisfacción Aceptación e integración social Reconocimiento Social Autoestima/ Autoconcepto Autodesarrollo Poder Seguridad. La motivación produce en el personal administrativo de la empresa de alimentos de la zona 1 de Quetzaltenango, realizar las actividades laborales en su puesto de trabajo con un buen entusiasmo, y que ellos se sientan satisfechos al recibir algún incentivo o recompensa por su buen desempeño laboral. Se verificó a través de la escala de Likert, que los colaboradores reciben una felicitación por parte de sus superiores al realizar correctamente su trabajo, lo que ayuda a que ellos tengan un desempeño laboral bueno para realizar sus actividades. El desempeño laboral de los colaboradores se logró observar a través de la escala de Likert, que se les aplicó a los colaboradores de la empresa, las notas obtenidas de cada ítem fueron la mayoría favorables para la investigación y estadísticamente los resultados se encuentran dentro de la significación y su fiabilidad.

V.2 Atención al cliente

Cobos (2015) en tu tesis titulada *identificación de las brechas de competencias en atención al cliente para elaborar el plan de capacitación de la empresa Columbia Restaurante*, tuvo como objetivo general: elaborar un plan de capacitación basado en las brechas de competencias de servicio al cliente, la metodología utilizada fue de diseño no experimental – descriptiva con una población de 39 trabajadores de la empresa Columbia Restaurante el tipo de muestreo fue no probabilístico, el cuestionario estuvo estructurado por 10 preguntas, obteniendo los siguientes resultados como: 100 % son de género masculino, 56% de los trabajadores tienen la edad de 41 a 50 años de edad, 59% de los trabajadores tienen de 11 a 20 años de permanencia, 56% de los trabajadores evalúan aplicabilidad de contenidos, 64% indicaron excelente de la calidad de contenidos de la capacitación, 25% después de la capacitación en el cargo de barman colaboración brecha inicial, en cargo cajero compromiso brecha inicial 25% disminuye.

Huanto (2021) en su tesis titulada *capacitación al personal en atención al cliente y paquetes turísticos en la agencia de viajes “Bolivia Pachamama Travel”*, tuvo como objetivo general: Elaborar un plan de capacitación para el personal de la agencia de viajes Bolivia Pachamama Travel, que permita trabajar con herramientas innovadoras de atención al cliente con calidad y calidez, el tipo de investigación fue descriptiva de enfoque cualitativo, se realiza una encuesta, la cual tiene como objetivo, determinar la necesidad de capacitación dentro de las actividades del personal, y así poder conseguir un

mayor y mejor desempeño en la agencia de viajes, a la vez elaboró una guía de paquetes de viajes, así también un manual de manejo de sistemas de boletaje.

Antecedentes Nacionales

V.1. Motivación laboral

Ramos (2019) en su tesis titulada *Motivación laboral y desarrollo de competencias en practicantes del área de A&B en restaurantes del centro financiero de San Isidro, Lima 2019* su objetivo primordial fue: Determinar la relación que existe entre la motivación laboral y el desarrollo de competencias en practicantes del área de A& B en restaurantes del centro financiero de San Isidro, Lima 2019. La metodología utilizada fue de enfoque cuantitativo, con diseño no experimental ya que no se manipula la variable y de corte transversal el tipo de estudio correlacional, con una población de 54 practicantes el tipo de muestreo fue no probabilístico, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario conformado por dos variables son motivación laboral, dividida en cinco dimensiones como la seguridad, creatividad, independencia, dirección y competencia técnica, por otro lado la segunda variable desarrollo de competencias, dividida en cuatro dimensiones como la competencia de conocimiento, competencia estratégica y competencia de eficacia personal los cuales obtuvo los siguientes resultados, 69 % de los practicantes encuestados están entre 26-35 años en los restaurantes de San Isidro, 30% de los encuestados están perteneciendo en la organización un rango de 3 a 5 meses, 56% de los encuestados son de género masculino, el 33% están

estudiando la carrera de turismo, 48% quiere decir que dentro de la organización no están dando una línea de carrera o estabilidad al practicante, 35% de los practicantes indican un nivel Algo de acuerdo sobre la estabilidad, 31% de los encuestados indican un nivel de ni de acuerdo sobre la confianza, 31% de los encuestados presentan un nivel algo de acuerdo en cuanto línea de carrera, 48% predominan la dimensión creatividad baja, 31% de los cuestionados presentan algo de acuerdo en cuanto la innovación, sobre participación de los colaboradores dentro de la organización, el 37% presentan un nivel algo de acuerdo, 33% de los practicantes mencionan que la proactividad es algo de acuerdo, donde se puede determinar que predomina la dimensión Independencia media con un 48%, 35% de los encuestados presentan algo de acuerdo sobre la flexibilidad, 35% de los encuestados presenta un nivel ni de acuerdo ni en desacuerdo sobre la influencia en la toma de decisiones, 63% indican baja sobre la dimensión de dirección, 31% de los encuestados indican un nivel muy alto sobre trabajo en equipo, 48% de los practicantes indican un nivel muy alto sobre el manejo de conflictos, 41% de los encuestados mencionan un nivel algo de acuerdo respecto a los nuevos retos, 52% indican un nivel baja sobre la competencia técnica, 44% indican un nivel algo de acuerdo sobre desarrollo de nuevas habilidades adecuadas a su formación, 33% de cuestionados indican un nivel muy de acuerdo sobre la capacitación, 61% indican que la dimensión competencia es baja, 37% indican un nivel algo de acuerdo respecto habilidades y conocimientos, 41% indican un nivel algo de acuerdo en cuanto la responsabilidad en la organización, 46% indican un nivel algo de acuerdo en

cuanto la experiencia de los trabajadores, 67% indica baja en cuanto la competencia estratégica, 44% de los colaboradores está en algo de acuerdo en cuanto vocación al servicio, 44% indican un nivel algo de acuerdo en cuanto el logro de los objetivos, 35% mencionan un nivel algo de acuerdo respecto relaciones interpersonales, 57% de los encuestados indican baja en cuanto la competencia estratégica, 43% indican algo de acuerdo en cuanto la comunicación que existe en la organización, 39% de los cuestionados indican un nivel algo de acuerdo sobre el liderazgo, 39% indican un nivel algo de acuerdo en cuanto a la satisfacción laboral, 55% indican baja sobre la eficacia personal, 41% indican algo de acuerdo respecto al comportamiento, 41% están en algo de acuerdo en cuanto la adaptación en la organización, 37% de los encuestados indican un nivel algo de acuerdo en cuanto la mejora continua en la organización.

Arévalo (2020) en su tesis titulada *propuesta de mejora de motivación laboral como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del distrito de Juanjuí, provincia de Mariscal Cáceres, región San Martín, 2019*, tuvo como objetivo general: Proponer las mejoras de la motivación laboral como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes del Distrito de Juanjuí, Provincia de Mariscal Cáceres, Región San Martín, 2019, el diseño de la investigación que se utilizó fue no experimental -transversal, conformado por una población de 16 micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes del

distrito de Juanjuí, provincia de Mariscal Cáceres, el tipo de muestreo fue no probabilístico ya que se hizo por conveniencia del investigador, obtuvo el siguiente resultado el 50.00 % casi siempre promueve autonomía de los trabajadores para realizar sus labores, 87.50 % la empresa casi siempre relaciona los propósitos de los trabajadores y el propósito de la organización, 25.00 % casi siempre promueve la responsabilidad de los trabajadores de la organización, 37.50 % algunas veces promueve la premiación a los trabajadores mediante bonos, 50.00 % algunas veces premian a los trabajadores en base a resultados, 25.00 % casi siempre otorga reconocimiento y felicitaciones a los trabajadores cuando logran las metas propuestas, por otro lado un 25.00 % siempre aplica estrategias para tener un buen ambiente laboral favorable. Concluyendo que estas dos dimensiones son descuidadas por los empresarios de este sector, asimismo, nunca promueven la premiación a los trabajadores en base a bonos, resultados, no se reconoce ni se felicita a los trabajadores, resultando valioso la elaboración de la propuesta de mejora de la motivación laboral.

Cossio (2020) en su investigación titulada *caracterización de la motivación y satisfacción laboral de las Micro y pequeñas empresas – sector restaurante cevichería del distrito Tumbes, 2018*, tuvo como objetivo general: Determinar la caracterización de la motivación y la satisfacción laboral de las micro pequeñas empresas del sector restaurante cevichería del distrito de Tumbes año 2018, Se utilizó el diseño no experimental, transversal, descriptivo, la población fue conformado por 17 cevicherías del distrito la muestra

probabilística fue de 40 trabajadores cuestionados a quienes se les aplicó dos preguntas cerradas los cuales obtuvo el siguiente resultado la motivación tuvo un índice de calificación del 0.57% y el resultado de satisfacción laboral se determinó un índice de calificación del 0.52 % Se ha podido concluir que la motivación de los trabajadores de las cevicherías en el distrito de Tumbes es percibida como mala, lo que quiere decir que no los están motivando en las micro y pequeñas empresas donde realizan sus labores, 0.60% está de acuerdo con la comida, descanso, etc. que le brindan en su trabajo, 0.60% indicó sobre la disposición de prevención que tiene sobre los riesgos laborales, 0.58% indicó sobre la buena comunicación que tienen con sus jefes y sus compañeros, 0.51% mencionan si se sienten feliz con las actividades que realizan en su centro laboral, 0.60% indicó sobre si se siente sereno y en paz con el mundo, 0.54% está relativamente de acuerdo con los incentivos que ha recibido en su centro de labor, 0.57% indicó sobre si se siente satisfecho con la política que establece le empresa, 0.54% indicó sobre si se siente satisfecho en lograr las metas junto a sus compañeros, 0.54% indicó sobre su entorno laboral donde realiza sus actividades laborales, 0.56% indicó sobre si sus supervisores le dan a saber sobre su desarrollo en su trabajo, 0.60% indico sobre el status que ha obtenido en su centro de trabajo, 0.68% indico sobre si se siente satisfecho con las diferentes habilidades y conocimientos que se requieren en el trabajo, de trabajadores encuestados se obtuvo un promedio de 0.67% en la dimensión logros y reconocimientos, de los trabajadores encuestados se obtuvo un promedio de 0.63% en la dimensión Independencia laboral y responsabilidad, trabajadores

encuestados en la variable motivación laboral se obtuvo un índice del 0.52%, en la variable motivación laboral se obtuvo un índice del 0.57%. Por lo tanto, recomienda mejorar en todos los aspectos; por otro lado, en la satisfacción es percibida de manera regular, así mismo se ha podido determinar que los factores que la componen no se están percibiendo de una manera adecuada.

Zeballos (2020) en su tesis titulada *motivación laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro cevicherías: caso cevichería mi barrunto del distrito Ayacucho, 2020* tuvo como objetivo general: Describir como es la motivación laboral en las micro y pequeñas empresas del rubro cevicherías: caso cevichería Mi Barrunto del distrito de Ayacucho, 2020, la metodología de la investigación fue aplicada con enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversa, la población estuvo conformado por 10 trabajadores Se aplicó la técnica de la encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario de 17 preguntas, obteniendo el siguiente resultado, 50% de los encuestados tienen 18 a 30 años, 60% son de género femenino, 40% manifiestan que tienen una educación básica de igual forma el 40% indicaron que tienen estudios de superior universitario, 90% manifiestan que el cargo que desempeña es de trabajador, 80% mencionan que vienen desempeñando 0 a 3 años, 60% indicaron que a veces el ambiente físico en el cual laboran es agradable, 70% menciona que nunca el salario que percibe es de acuerdo a leyes laborales, 50% indicaron que a veces reciben capacitación por parte de la empresa para mejorar su desempeño a sus actividades, 60% manifestaron que casi nunca su jefe propone a los grupos de trabajo instrucciones para el logro de los objetivos, 40%

indicaron que a veces la comunicación que tiene con su jefe es clara, fluida y precisa, 50% indicaron que casi nunca tienen la plena libertad para tomar decisiones en su puesto de trabajo, 50% mencionaron que a veces su jefe inmediato incita el trabajo en equipo, 60% indicaron que nunca reciben un reconocimiento a sus logros por parte de la empresa, 40% indicaron que nunca la empresa le otorgan bonificaciones de sus actividades, 40% mencionaron que nunca se siente motivado para continuar con su trabajo otro 40% manifestaron que a veces se siente motivado para continuar con su trabajo, 40% manifestaron que casi siempre su comportamiento está en función a la reglas de la cevichería, 40% mencionaron que a veces tienen la formación adecuada para el puesto que desempeña, y otro 40% manifestaron que siempre tienen la formación adecuada para el puesto que desempeña, Se concluye luego de obtener los resultados obtenidos que la motivación laboral en la cevichería Mi Barrunto el personal no se siente motivado haciendo hincapié que no obtienen trabajando en dicha empresa oportunidades de desarrollo, liderazgo, incentivos y responsabilidad, las mismas que deberían ser mejoradas.

V.2. Atención al cliente

Alejandro (2020) en su tesis titulado *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*. 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, se desarrolló bajo un diseño no experimental, transversal y descriptivo, en una población de 14 restaurantes, escogiéndose el 100% como muestra, a quienes se le aplicó un cuestionario de 14 preguntas, obteniéndose los siguientes resultados: 64.29% de los representantes tienen entre 31 a 50 años de edad, 64.29% de los representantes son de género femenino, 64.29% tienen instrucción superior universitaria, 57.14% de los representantes son los dueños del negocio, 42.86% de las Micro y pequeñas empresas tienen entre 0 a 4 años, 57.15% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores, 85.71% de los representantes si considera la atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad de su empresa, 100.00% de los representantes conocen la atención al cliente como herramienta de gestión, 64.29% de los representantes aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación, 57.14% de los representantes conocen el término atención al cliente, 100.00% de los representantes consideran que la atención al cliente es fundamental para que éste regrese al establecimiento, 57.15% de los representantes consideran como factor importante la atención personalizada, 92.86% de los representantes de las micro empresas considera que la desorganización por parte de los trabajadores es un Factor en la mala atención a sus clientes, 50% de los representantes obtuvieron fidelización de los clientes. Este resultado demuestra que la mayoría de representantes de los restaurantes del jirón Enrique Palacios de Chimbote, se esfuerzan por brindar un servicio de calidad para lograr fidelizar a sus clientes. (Alejandro, 2020)

Rodríguez (2017) en su tesis de maestría titulado *gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y la fidelización en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano del distrito de Chimbote, 2016*. Tuvo como objetivo: Determinar la influencia de la Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios – rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del distrito de Chimbote, 2016 el enfoque de la investigación fue cuantitativo, de tipo correlacional, de nivel aplicada de diseño no experimental- transversal, se utilizó una muestra de 266 clientes de una población de 214, 804 a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 32 preguntas a través de la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: 34,2 % tiene de 36 a 45 años, 56,0 % son de género masculino, 52,3% tienen grado de instrucción educación básica, 100% de los encuestados consume alimentos en un restaurante de productos hidrobiológicos (cevichería), 64,7% asiste a una cevichería de 4 a 6 veces al mes, 93,2% asiste a una cevichería en cualquier momento, 60,2% acude a la cevichería el ajicito, 38% conoció a la cevichería por televisión, respecto a la Gestión de Calidad: Los clientes consideran que el 55,6% de los dueños a veces si, a veces no supervisan que la atención sea oportuna. El 58,3% de los dueños a veces si, a veces no capacita a los trabajadores para atender a los clientes. 54,1% considera que de los dueños nunca preguntan a los clientes si están a gusto en el local, 64,7% considera que la elaboración de los productos casi siempre se realiza con insumos de calidad, 49,2% considera que el proceso

de atención desde el pedido hasta la entrega casi siempre se realiza en el tiempo adecuado, 61,3% considera que los trabajadores son pacientes tomando nota, 46,2% considera que casi siempre los trabajadores son educados y corteses, 48,1% considera que casi siempre participaría en un concurso que realice la cevichería, 56,8% considera que casi siempre la cevichería atiende bien a los clientes, 56,0% considera que casi siempre la cevichería resguarda la seguridad de los clientes, 56,8% menciona que cuando tiene un problema siempre lo solucionan inmediatamente, 84,2% manifiesta que casi siempre el comportamiento de los empleados es excelente, 75,2 % menciona que el pedido siempre llega con rapidez a la mesa, 64,7% menciona siempre el servicio y atención recibida es bueno, respecto a la atención al cliente: 51,4% manifiestan que en el Nivel de Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente esta mayormente en un nivel considerado como Regula, Respecto a la fidelización: El 67,7% nunca cambiaría la cevichería donde acostumbra comprar por otra que ofrezca precios bajos. 76,3% casi siempre recomendaría la cevichería a otras personas, 62,4% está totalmente de acuerdo que la empresa debe brindar ofertas que llaman la atención, 73,7% está totalmente de acuerdo que la cevichería brinde servicios de delivery, 75,2% está totalmente de acuerdo con la relación calidad/precio de los productos, 60,2% nunca cambiaría la cevichería donde acostumbra comprar por otra que ofrezca precios bajos, 67,7% menciona que la cevichería nunca baja su precio para retener a sus clientes, 81,2% está satisfecho con el servicio recibido por eso acude a ese lugar, 46% manifiestan que en la Variable Fidelización esta mayormente en un nivel considerado como Promedio

Se concluye que: La gestión bajo el enfoque de atención al cliente influye en la fidelización de las micro y pequeñas empresas del sector servicios rubro restaurantes de productos hidrobiológicos del casco urbano del Distrito de Chimbote, 2016.

Vidal (2020) en su investigación titulada *Atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, casco urbano, distrito Chimbote, año 2019* tuvo como objetivo general: Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante para la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos, Casco Urbano, distrito Chimbote, año 2019. La investigación fue de diseño no experimental - transversal para el recojo de la información se utilizó una muestra de 19 micro y pequeñas empresas, a quienes se les aplicó un cuestionario de 22 preguntas obteniendo los siguientes resultados. El 68.42% tienen entre 18 a 30 años de edad. El 63.16% son de género femenino. El 57.89% tiene grado de instrucción superior no universitaria. El 63.16% son los dueños. El 63.16% tienen en el cargo más de 7 años. El 73.68% tienen en el rubro más de 7 años. El 63.16% cuentan con un promedio de 1 a 5 trabajadores. El 63.16% no conocen el término gestión de calidad. El 78.95% utilizan la lluvia de ideas como herramienta de gestión. El 63.16% aseguran que miden el rendimiento del personal mediante la observación. El 100,00% aseguran que la gestión de calidad contribuye a mejorar el rendimiento de sus empresas. El

52.63% aseguran que siempre aplican Gestión de calidad en el servicio que brindan. El 47.37% ha logrado obtener clientes más satisfechos.

Castro (2020) en su tesis titulado *gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la avenida camino real del distrito de Chimbote, provincia del santa, año 2018*, tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y plan de mejora, en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes de la Avenida Camino Real, del distrito de Chimbote, provincia del Santa, año 2018, la metodología que se utilizó en el trabajo de investigación fue de un diseño no experimental, de corte transversal y de tipo descriptivo, ya que solo se observó la variable sin alterarla ni realizarle modificaciones, utilizó una población de 12 micro y pequeñas empresas y un muestreo de 10 micro y pequeñas empresas la cual se hizo uso de la técnica de recolección a la encuesta con un cuestionario de 22 preguntas dirigida a los representantes obteniendo el siguiente resultado 50.00% de los representantes tiene de 51 a más años, 60.00% de los representantes encuestados son de género masculino, 70.00 % de los encuestadas tienen un grado de instrucción Secundaria, 100.00 % de los representantes encuestados son los dueños, con respecto a las micro y pequeñas empresas los empresarios afirman que el 50.00% tiene de 7 a más años en el mercado, asimismo para la gestión de calidad en atención al cliente, 80.00% de los representantes encuestados afirma tener laborando de 1 a 5 trabajadores en sus instalaciones, 90.00% de los

representantes afirma que las personas que trabajan son personas no familiares, 100.00% de los representantes afirman que sus micro y pequeñas empresas fueron creadas como autoempleo, 50.00% tiene cierto conocimiento sobre el termino gestión de calidad, el 70.00% conoce la técnica moderna de atención al cliente, 50.00% de los representantes afirma que no tiene ninguna dificultad para el trabajo de sus trabajadores, 80.00% de los encuestados afirma que conoce la técnica de la observación directa para medir el rendimiento de su personal dentro de sus instalaciones, 100.00% de los encuestados afirma que la gestión de calidad ayuda a alcanzar los objetivos y metas de la organización, 80.00% de los representantes encuestados afirma que conoce el término atención al cliente, 90.00% de los encuestados aplica la gestión de calidad en el servicio que brinda a sus clientes, 100.00% de los representantes afirman que brindando una buena atención va a permitir que los clientes regresen a sus instalaciones, 50.00% de los representantes encuestados utiliza una atención personalizada como factor para brindar una buena atención, 50.00% de los representantes encuestados afirman y consideran que la atención brindada a sus clientes es buena, 70.00% de los representantes encuestados afirma que el resultado que han logrado brindado una buena atención son los clientes, 90.00% de los representantes encuestados afirmar que su empresa es eficiente cuando atiende a los reclamos y quejas de sus clientes, 100.00% de los representantes encuestados afirma que la atención que brindan no solo permite a las empresa hacer reconocidos por sus labor y precio en el mercado sino que además les ha permitido a sus restaurantes posicionarse.

Antecedentes Locales

V.1. Motivación laboral

Sanchez (2017) en su tesis titulada *Motivación y desempeño laboral del personal de la empresa Sanitel S.R.L. de Huaraz en el año 2017*, tuvo como objetivo general determinar la relación entre la motivación y el desempeño laboral del personal de la empresa Sanitel S.R.L. de Huaraz en el año 2017, el diseño de la investigación es no experimental mientras que el nivel de investigación es correlacional, población y muestra fue de 35 trabajadores obteniendo resultados que permitieron identificar el nivel de motivación y el desempeño laboral en la empresa Sanitel S.R.L., evidenciando que 40% de los encuestados indican que es inadecuado el cumplimiento de responsabilidades asignadas, 40% mencionan que es inadecuado el dominio en la ejecución de tareas, 43% mencionan que es inadecuado la potencialidad para el aprendizaje de nuevas tareas, 74% de los trabajadores son de género femenino, 94% de los trabajadores tiene entre 18 a 23 años, 63% tienen secundaria completa, 51% indican inadecuado la motivación, 51% mencionan inadecuado el desempeño laboral, 51% afirman inadecuado a factores motivacionales, 63% inadecuado los factores higiénicos, 69% indican inadecuado el cumplimiento de responsabilidades asignadas, 54% mencionan inadecuado el dominio en la ejecución de tareas, 51% mencionan inadecuado potencialidad para el aprendizaje de nuevas tareas. Finalmente se analizó la relación entre la motivación y el desempeño laboral concluyendo que el valor calculado es 13.38 el cual es mucho mayor al valor crítico de 9.48 por lo tanto, la prueba Chi -

Cuadrado permitió verificar y consecuentemente aceptar la hipótesis de investigación planteada: Existe relación directa entre la motivación y el desempeño laboral del personal de la empresa Sanitel S.R.L. de Huaraz en el año 2017.

Mariano (2017) en su tesis titulada *La motivación y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa soluciones ambientales seguras en el año 2017*, tuvo como objetivo principal: Determinar la relación entre la motivación y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Soluciones Ambientales Seguras en la ciudad de Huaraz en el 2017, la presente investigación es de tipo aplicada, con enfoque cuantitativo y un nivel de investigación descriptiva, debido a que va a permitir detallar situaciones y eventos, se trabajó con una población y muestra de 45 trabajadores, a quienes se les aplicó el cuestionario para recoger información de las variables de estudio que el nivel de la motivación se encuentra en un nivel inadecuado el 6,7% se encuentra en un nivel bajo, en el nivel medio el 4.4% y en el nivel alto el 88,9% y el desempeño laboral en un nivel regular el 13,3·y eficiente el 86,7%. Finalmente se logró Identificar la relación entre la necesidad de logro y cumplimiento de exigencias en los trabajadores de la empresa Soluciones Ambientales Seguras en la ciudad de Huaraz en el 2017. Concluyendo que: por lo tanto, el valor calculado es $15,216 > 9.488$ la prueba Chi - Cuadrado verifica que se acepta la hipótesis de Investigación planteada “La motivación se relaciona directamente con el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Soluciones Ambientales Seguras en la ciudad de Huaraz en el 2017”

V.2. Atención al cliente

Ramirez (2019) en su tesis titulada *atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurante del distrito de Huari, 2019* tuvo como objetivo general: Determinar las principales 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 servicio rubro restaurantes del distrito de Huari, 2019, la metodología utilizada en la investigación fue de diseño no experimental, transversal se tuvo una población de 18 representantes y una muestral de 10 representantes de los restaurantes del distrito de Huari, la técnica utilizada fue la encuesta y el instrumento fue el cuestionario estructurado de 20 preguntas se obtuvo un resultado de 60.00% de los representantes tenían de 31-51 años de edad, 60% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas son del género masculino, 70.00% de los representantes tienen un grado de instrucción Superior no Universitaria, 80.00% de las Micro y pequeñas, 50.00% tienen una permanencia entre 4 7 año, 60% cuentan con familiares y personas no familiares laborando en la empresa, 60% tienen el tipo de constitución empresarial de persona natura, 40% pocas veces presentan nuevos equipos,70% mencionan que los servicios que ofrece son fiables y los clientes aceptan con agrado,50% realizan un diálogo sobre el servicio que se brinda, 70.00% están atentos a los problemas del cliente, 40% mencionan que cumplen siempre con lo establecido, 40% pocas veces planifican los objetivos en bien de su empresa, 80% mencionan que supervisan para ofrecer un mejor potaje, 50%

siempre desarrollan capacitaciones para atender con calidad al cliente, 60% Frecuentemente controlan la calidad del servicio, 80% indican que frecuentemente brindan el valor agregado, de los representantes tenía como objetivo generar ganancias, así mismo otro 30.00% utilizó equipos modernos. Conclusión: Solamente la minoría de la población presentantes equipos e inmuebles modernos en sus restaurantes, mientras la mayoría afirmaron que los servicios que ofrecen son fiables; solamente la mitad de los dueños interactuaran con clientes sobre los servicios que ofrecen los restaurantes, la mayoría están atentos problemas del cliente y la minoría practican las políticas empresariales cumpliendo con lo establecido.

Rosas (2019) en su tesis titulada *atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019* tuvo como objetivo principal: Determinar las principales características de la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las micros y pequeñas empresas del sector servicio, rubro restaurantes y de servicio móvil de comidas, distrito de Huaraz, 2019, la investigación fue de diseño no experimental – transversal, descriptivo se utilizó una población muestral de 33 micro y pequeñas empresas a quienes se les aplicó un cuestionario de 18 preguntas cerradas obteniendo resultados como: 66.67% de los representantes tienen de 31 a 50 años, el 60.61% son mujeres, el 42.42% cuentan con un grado de instrucción secundaria, el 78.79% son dueños, el 66.67% permanecen de 7 años a más de en el cargo, el 81.82% de las micro y

pequeñas empresas tienen 7 años a más tiempo de permanencia en el mercado, el 100% de las micro y pequeñas empresas señalan que su objetivo principal es generar ganancia, el 51.52% cuentan de 3 a 5 trabajadores. El 42.42% señalan que aplican la gestión de calidad en la atención al cliente, el 93.94% señalan que el trabajador siempre está disponible para escuchar al cliente, el 45.46% señalan que el personal está capacitado para atender al cliente, el 84.85% indican que el personal es comprensivo y amable con el cliente, el 81.82% indican que el cliente comprende toda la información brindada por el personal, el 51.52% señalan que no existe un tiempo establecido para atender al cliente, el 69.70% señalan que la atención al cliente es fundamental para el regreso del cliente, el 75.76% indican que no cuentan con un buzón de sugerencias, el 60.61% indican que el trabajador no brinda una atención personalizada y el 63.64% señalan que el establecimiento, equipos y herramientas son atractivos. En conclusión, la mayoría de los representantes desconoce la gestión de calidad en la atención al cliente, sin embargo, reconocen que contribuye al rendimiento de sus negocios.

2.2. Bases teóricas

V.1. Motivación Laboral

Motivación laboral es cuando una empresa debe mantener motivado a sus trabajadores a mejorar, desplegarse o cambiar su rendimiento, se puede decir también que son dos funciones, activar y dirigir y es la expresión de los motivos que inducen a un individuo a una determinada acción, comportamientos

específicos primer caso refiere al componente direccional orientación. (Napolitano, 2018)

Indica también que es un estado interno que activa, dirige y mantiene en el tiempo el comportamiento de un individuo, una particular atención se da a la teoría de Maslow, donde según la cual las necesidades percibidas por el individuo se pueden reagrupar en cinco categorías y son organizadas según una precisa jerarquía por lo tanto una necesidad de nivel inferior en la escalera jerárquica. (Napolitano, 2018)

Hace referencia a la capacidad que tiene una empresa de mantener implicados a sus empleados para ofrecer el máximo rendimiento y conseguir así, los objetivos empresariales marcados por la organización. (Gil, 2020)

Motivación

La motivación es un estado interno que activa, dirige y mantiene la conducta o la energía que dirige la actitud hacia una acción para cumplir los objetivos personales o de una empresa, al cual surge por la percepción de una necesidad ya sea interna o externa para ello existen dos teorías básicas como intrínseca y extrínseca. (Arrabal, 2018)

Motivación intrínseca

Son motivos internos de cada persona, como puede ser propio auto deseo o es algo de querer que viene de uno mismo de llevar algo a cabo, el interés de aprender algo nuevo en cada oportunidad que se le presenta, o buscar por sí mismo esa oportunidad, ser curioso y ser propio de desarrollo personal, buscar

por sí mismo esa oportunidad, ser curioso y ser propio de desarrollo personal, en definitiva, cosas que le importa realizarlo y que resulte interesante, de igual forma puede tener un mayor autocontrol y no depender de una motivación exterior. (Arrabal, 2018)

Motivación extrínseca

La motivación extrínseca viene de un motivo final aquella que proviene desde fuera, algo que tiene que hacer porque tiene que realizar si o si, es como un trabajador que tiene que cumplir los mandados de su jefe, al cual el motivo es su sueldo, permanecer en su trabajo, algún viaje ofrecido por la empresa, una cena, un ascenso, incremento de sueldo, día libre y mucho más. Este tipo de motivación funcionará en mayor o menor medida dependiendo del tamaño o la calidad del fin externo. (Arrabal, 2018)

Para cada persona es muy importante tener en cuenta o trazar un objetivo para poder trabajar hasta conseguirlo esto sucede cuando es para uno mismo pero a veces en las empresas que laboran no es muy sencillo, muchos de los empresarios de restaurantes de productos hidrobiológicos desmotivan a su personal sin tener en cuenta que están perjudicándose ellos mismos, sabiendo que el mayor motivo es la economía (sueldo) sucede cuando hay retraso en sus fechas de pago, no reconocen las horas extras están buscando que el personal se canse y renuncie y eso va sucediendo constantemente o algunos siguen por permanecer en aquella empresa por no perder el puesto de trabajo que ocupan

y a consecuencia de eso viene la mala atención hacia los clientes. (Fischer, 2021)

La importancia de la motivación

Es el área más importante y principal del crecimiento personal y control emocional, sin motivación no hay crecimiento ni fuerzas para seguir adelante mucho menos correr al inicio de tu carrera, para llegar a los clientes es necesario que te motives a ti mismo, si desea ser líder o un buen comunicador en tu equipo es muy importante estar motivado en todos los aspectos de la vida, para triunfar en cada uno de ellas es de vital importancia es por eso las pequeñas empresas deben tener mucho cuidado en el momento de la gestión de su empresa, no hay necesidad de tener varios personales para enfocar en este tema, la motivación individualizado los cuales da muchos resultados positivos. (Fischer, 2021)

Laboral

Es lo que surge entre una persona que realiza un trabajo y aquella para quien realiza, el ser humano siempre ha vivido en una sociedad para que esta funcione se ha establecido un conjunto de reglas de cumplimiento que regulan la convivencia entre las personas de una determinada sociedad, esas normas las dicta con carácter general, el poder legislativo y constituyen lo que se nombra derecho. Para ello deben tener una relación laboral que el trabajador presta sus servicios de forma voluntaria personal y dependiente mientras que el empresario organiza el trabajo, paga un salario y es propietario del futuro del trabajo. (Gonzales & Pérez , 2021)

Dimensión 1: Personal motivado

Es aquella persona que se identifica con la insignia de la empresa, tiene un alto nivel de mejora de las habilidades sociales, practica empatía en beneficio de sus compañeros y en especial en beneficio de los clientes. (Muñoz, 2018, p. 323)

Indicadores:

Identificarse con la empresa: Es apreciar que su encargo es muy significativo, están en plena comunicación entre todos los colaboradores y promueven actitudes positivas, algunos jóvenes experimentan rendimientos crecientes y se desarrollan, aunque sea en un ambiente competitivo. (Roncaglia, 2017)

Empatía: Se refiere a la actitud proactiva de ponerse en el lugar de otro y demostrar una disposición a ayudarlo. (Moya, 2018)

Dimensión 2: impulsar al trabajador

Tratar de cambiar el comportamiento de las personas, hacer que hagan algo mejor, esto puede ser una de las tareas más difíciles que se puede encontrar teniendo en cuenta que este en el puesto correcto. Que tenga las herramientas necesarias para que realice su labor, que tenga el objetivo en claro para su logro. (shlomo ben hur, 2019)

Indicadores:

Incentivar: Incentivar al personal no solo trata de cuestión económica, sino asegurarse que estén en un puesto correcto, tratar con respeto y ofrecerles las oportunidades de crecimiento. (Ferro, 2020)

Herramientas: Consiste en que cada personal debería contar con una herramienta adecuada de acuerdo el cargo que ocupa en cada área respectivamente, para que puedan cumplir con las funciones encargadas de forma eficiente. (Lopez F. , 2018)

Dimensión 3: Dirigir al trabajador

Es el arte, madurez y profesionalismo, en desarrollar de un trabajo en particular vinculado de la experiencia de trabajos anteriores los conocimientos y la comprensión se puede decir también que es la disponibilidad y la voluntad de asumir las responsabilidades derivadas de los objetivos liderar a un equipo no le será nada fácil si no tiene conocimientos. (Curina & Grassi, 2016)

Indicadores:

Madurez: Es el conocimiento y la capacidad técnica, el desarrollo de un trabajo en particular y en la consecución de un determinado objetivo. (Curina & Grassi, 2016)

Experiencia: Son conjunto de aptitudes y conocimientos adquiridos por una persona de un periodo específico, no sirve de nada la información si no lo usas lo aprendido tiene que llevar a la práctica ósea demostrar en campo. (Robles, 2021)

Voluntad: Es la actitud de solventar y establecer la propia conducta, una persona muy implicada en su trabajo y con el trabajo por lo que es genial verlo haciendo labores particulares donde solo se lleva el reconocimiento. (Ferro, 2020)

Dimensión 4: Expresión del trabajador

Es el derecho a la libertad de expresión su incomodidad o punto de vista y de información en mayor de los casos suceden en el momento del contrato, u opiniones en reuniones y capacitaciones. (Aparicio, 2020)

Indicador

Libertad de expresar: Tiene como límite principal el derecho al honor y la buena reputación de las personas, buscar, recibir y difundir informaciones e ideas ya sea oralmente o por escrito a través de las nuevas tecnologías de la información. (Bustamante, 2016)

V. 2. Atención al cliente

Últimamente el mercado ha acostumbrado un avance al cual las empresas se han sentido obligados de transformar definitivamente el método de su empresa, antiguamente realizaban una modalidad de negocio orientado a sí mismas, buscando de comercializar sus productos o servicios por encima de todo. Hoy en día los clientes tienen el poder de tomar decisiones por ello las empresas se sienten obligados a detectar sus necesidades y plantear nuevas estrategias para captar clientes, y brindar un buen servicio a los comensales se ha vuelto un lema fundamental de casi todos los empresarios, adquirir un nuevo cliente cuesta demasiado que conservar leal al otro, por todo ello la atención debe ser personalizado. (Mateos de Pablo, 2019)

También se puede mencionar que es la satisfacción de las necesidades y expectativas del cliente, el excelente servicio y cautivar a ello, el cual la calidad es necesario para obtener un grado de satisfacción lo más elevado posible, duradero y alcanzar más altos estándares posibles. (Arenal, 2019)

Según Gil (2020) es un servicio proporcionado de una empresa hacia el cliente, identifica las necesidades básicas utilizando diferentes estrategias de marketing para que puedan cubrir esas expectativas que cada cliente puede tener y que indudablemente se van relacionar con la satisfacción para conseguir la fidelización, la mayor lealtad de los consumidores, incremento de las ventas y rentabilidad, mas clientes nuevos, reducción de quejas y reclamaciones, mejora la imagen de la empresa tanto físicamente como a través de los redes, mejora de clima ambiental y mucho más.

Principios de la atención al cliente

Aun cuando no existan las normas que aseguran el éxito en atención al cliente hay expertos que coinciden en mencionar cinco aspectos al ponerse en contacto por los posibles clientes, son lo siguiente: Respeto y amabilidad, disposición previa, implicación en respuesta, servicio al cliente y vocabulario adecuado.

Disposición previa: La información obtenida debe complementarse de la práctica así los personales trabajaran sin duda a la hora de realizar sus funciones y las empresas han de preparar un clima laboral que motive para que los trabajadores encuentren motivos para dedicar todas sus energías en ventaja del cliente, con lo que la motivación se transforme en un ingrediente apto de

emplear la presión el vigor y la actitud del empleado hacia la culminación de los objetivos. (Mateos de Pablo, 2019)

Respeto y amabilidad: Reunir la gran cantidad de atributos, destrezas y amabilidad para realizar de manera eficiente la atención al cliente, teniendo en cuenta que son conceptos del cliente ellos determinan el grado de satisfacción, el cliente es el procedimiento más lucrativo, inmediata y pertinente de convertir la noción constructiva, el activo fundamental es el cliente por lo tanto se le debe un máximo cumplimiento. (Mateos de Pablo, 2019)

Implicación en la respuesta: Lo que un empleado puede brindar a otra persona es la comprensión, comprendida como el nivel máximo de escucha, en el que un individuo se pone en lugar de otra para comprender mejor, ser apto de descubrir dar el modo apropiado a cada tipo de cliente, porque un cliente complejo que logres controlar puede quedarse como un cliente más leal. (Mateos de Pablo, 2019)

Servicio al cliente: Existe elementos que generen la satisfacción del cliente los cuales son: una gentileza y cortés de los trabajadores, compromiso del momento adecuado, efectivo ante cualquier inconveniente, simpatía y actitud concedido, ratos perspectivas de recibimiento de los servicios, disponibilidad de la empresa para solucionar molestia, celeridad en la prestación de servicios. (Mateos de Pablo, 2019)

Vocabulario adecuado: Es adaptarse a su interlocutor, emplear un vocabulario cómodo y actual eliminando cualquier expresión negativa y conocer de

profundidad el vocabulario específico del sector de la actividad. (Mateos de Pablo, 2019)

Según Arenal (2019) es un servicio ofrecido por una empresa con la finalidad de vincularse con los clientes y anticipar el agrado de sus exigencias, en España ha ido evolucionando, aunque no funcionó bien debido a las condiciones del entorno, en ese tiempo la calidad post-venta no era prioridad por durante mucho tiempo el excelente servicio y cultivar al cliente, ha sometido a cambios continuos, la frase “el cliente siempre tiene la razón” ha dominado al escenario por muchos años.

Oferta gastronómica: No se puede diseñar la oferta gastronómica de un restaurante de manera independiente sin tener en cuenta el entorno y las necesidades de los comensales, el factor importe de una empresa de restauración es la ubicación ya que define el entorno físico, social, económico y jurídico. También un aspecto primordial es el cliente objetivo porque el consumidor tiene que definir el producto para el éxito de un negocio, conocer bien a los clientes potenciales. (Gonzales, 2014)

Dimensión 1. Servicio al cliente

Nace de la intuición, todas las acciones realizadas, aquella facultad que nos permite comprender dar soluciones de forma instatánea sin ninguna necesidad de razonamiento y todas las personas contamos con ello. (Vallejo & Sanchez , 2017)

Indicadores:

Acciones: Todas las acciones que realizan en su área establecido para buen cumplimiento y satisfacción de los clientes.

Soluciones: Es capaz de desarrollar nuevas soluciones al problema, nunca estar conforme con única alternativa y buscar nuevas opciones. (Delgado, 2016)

Cumplir los requerimientos: Cumplir los requerimientos de los clientes con eficiencia y satisfaciendo la empresa irá posesionándose más en el mercado eso beneficiará tanto a los trabajadores como la empresa.

Dimensión 2. Satisfacción del cliente

Son sentimiento de placer por haber dado cumplimiento de una necesidad, cortesía y amabilidad, dedicación del tiempo, rapidez en el tiempo de entrega. (Mateos de Pablo, 2019)

Indicadores:

Satisfacer las necesidades: Desarrollar una relación con el cliente no es nada sencillo, pero la empresa invierte en muchas ocasiones mayores recursos en mantener clientes antiguos más que en conseguir clientes nuevos. (Solano, 2017)

Dedicación: Es dedicarse a los clientes, el mayor esfuerzo para que los clientes se sientan una atención personalizada.

Rapidez: Es el momento de tomar pedido a los clientes se le entrega su producto o se le atiende sus reclamos o consultas al instante. (Gonzalez, Olgun , & Guzman, 2018)

2.3. Marco conceptual

Motivación laboral: Es un proceso a través del cual se estimula a las personas para que realicen las acciones encomendadas por la dirección, intentando que los trabajadores sean más productivos y estén más comprometidos en la empresa. Los tipos de motivación laboral los más conocidos son la motivación intrínseca que viene ser el factor interno de la persona, como satisfacción personal y el otro es la motivación extrínseca esto induce a los factores externos de las personas como ascenso o un aumento salarial. (Martinez, 2021)

Atención al cliente: Son actividades que realizan en diferentes organizaciones a través de identificar las necesidades básicas a sus clientes utilizando diferentes estrategias de marketing de modo se puedan cubrir esas expectativas que cada cliente puede tener y que indudablemente, se van relacionar con la satisfacción para conseguir con la finalidad de fidelización y buenas recomendaciones, en los últimos tiempos una atención al cliente es muy importante ofrecer confiabilidad y calidad extraordinario. (Gil, 2020, p.13)

Mypes: Son negocios pequeños que se crean con la finalidad de obtener beneficios a través de distintos tipos de actividades, como unidades de producción cuyo objetivo es crear o aumentar las utilidades de los bienes para satisfacer las necesidades humanas y sociales, para ello tienen que realizar unas funciones que forman parte de su gestión interna y están relacionados directa o indirectamente con la actividad principal. (Serrano, 2017)

Restaurantes de productos hidrobiológicos: El gran potencial de la gastronomía como motor del desarrollo y protagonista de diversificación

productiva, origina emprendimientos y motiva la demanda de productos hidrobiológicos y de la industria alimentaria, se dedican en la preparación de pescados y mariscos con sus recetas tradicionales de nuestro Perú, al gusto y preferencia de los clientes a un precio accesible para todo tipo de clientes que frecuentan. La cadena de valor gastronómico genera millones de puestos de trabajo en el Perú. (Diez Canseco, 2019)

III. HIPÓTESIS

son proposiciones tentativas acerca de la o las posibles relaciones entre dos o más variables, predictivas de un valor, dato en un tiempo determinado y sus principales funciones son: orientar al investigador hasta el final de la ruta del proceso cuantitativo, se someten a prueba implementando un método (diseño de investigación, muestra, recolección de datos) proporcionan orden y lógica al estudio. Sirve para describir y explicar el problema al que se refieren. Básicamente son estudios que muestran la relación causa-efecto, pero no toda investigación necesita hipótesis como lo hace investigación descriptiva, no es necesario porque basta con hacer unas preguntas de investigación. (Hernandez & Mendoza, 2018)

En la investigación titulada *propuesta de mejora en motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos en avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz 2021*, no se planteó hipótesis de ser de tipo descriptivo- de propuesta.

IV. METODOLOGÍA

4.1. Diseño de investigación

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

Las investigaciones no experimentales se realizan sin manipular deliberadamente variables, se trata de estudios en los que no haces variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Se construye una realidad. (Hernandez & Mendoza, 2018)

- Fue no experimental porque no se manipuló deliberadamente a las variables motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos en avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021. solamente se observó conforme a la realidad sin sufrir ningún tipo de modificaciones.

Los diseños de investigación transeccionales o diseño transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. (Hernandez & Mendoza, 2018)

- Fue transversal porque el estudio de investigación propuesta de mejora en motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos en avenida Antonio Raymondi, Huaraz, 2021, se desarrolló en un espacio de tiempo determinado, teniendo un inicio y un fin, específicamente en el año 2021.

Transversal descriptivo, estos estudios buscan indagar, describir el nivel o estado de una o más variables en una población, en este caso, en un tiempo único. (Hernandez & Mendoza, 2018)

- Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de las variables propuesta de mejora en motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos en avenida Antonio Raymondi, Huaraz, 2021.

El investigador plantea el tema que desea estudiar, sustenta su importancia y viabilidad, la importancia está relacionada con el aporte ya sea práctico, metodológico, teórico o por la utilidad para alguien de los resultados del estudio en este caso para las microempresas de restaurantes de productos hidrobiológicos. (Lerma, 2016)

- Fue de propuesta porque se elaboró una propuesta y un plan de mejora a los resultados encontrados en la investigación propuesta de mejora en motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos en avenida Antonio Raymondi, Huaraz, 2021

4.2. Población y muestra

Población

Es el conjunto de todos los elementos que comparten una característica que desea investigar, pero tienen que estar claramente definidas en el espacio y en

el tiempo estos elementos pueden ser personas, hogares, manzanas, empresas, ciudades, entre otros. (Ramos, Del Águila, & Bazalar, 2020)

La población se clasifica en:

Población finita. – son aquellos elementos susceptibles de ser contados, se consideran cuando el total de elementos es menor o igual a 100 000, por lo tanto, se define con límites de espacio y de tiempo.

Población infinita. – son aquellos elementos que no son susceptibles de ser contado, se considera cuando el número total de elementos es mayor a 100 000. (Ramos, Del Águila, & Bazalar, 2020)

- La población estuvo conformada de la totalidad de 22 trabajadores de 5 micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021. Para ambas variables motivación laboral y atención al cliente.

Muestra

Es el subconjunto de la población debidamente seleccionado mediante el uso de técnicas estadísticas o mediante el juicio de un experto, las cuales pueden ser probabilística y no probabilística.

Muestra probabilística: Es aquella muestra que se obtiene por métodos probabilísticos de selección, la principal ventaja de este tipo de muestra es que puede medirse al tamaño del valor muestral en nuestras predicciones.

Muestra no probabilística: Es aquella que se obtiene mediante el juicio o criterio de una persona generalmente un experto de la materia que selecciona los elementos de la muestra. (Ramos, Del Águila, & Bazalar, 2020)

- En la investigación se trabajó con una muestra censal de 22 trabajadores de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021. Para ambas variables motivación laboral y atención al cliente.

Criterios de inclusión:

- a) Gerente o dueño de la micro y pequeñas empresas
- b) Administrador
- c) Cajera
- d) Trabajadores que tenga contacto directo con los clientes

Criterios de exclusión:

- a) Conserje
- b) Chofer de delivery
- c) Clientes
- d) Proveedores
- e) Trabajadores de cocina

4.3. Definición y operacionalización de las variables e indicadores

	Definición conceptual	Dimensiones	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Motivación laboral	Es cuando una empresa debe mantener motivado a sus trabajadores mejorar, desplegar o cambiar su rendimiento, se puede decir también que son dos funciones, activar o impulsar y dirigir y es la expresión de los motivos de rendimiento que inducen a un individuo a una determinada acción. Napolitano (2018)	Personal Motivado	Es aquella persona que se identifica con la insignia de la empresa, tiene un alto nivel de mejora de las habilidades sociales, practica empatía en beneficio de sus compañeros y en especial del cliente. (Muñoz, 2018)	Identificarse con la empresa	¿La empresa comunica a sus trabajadores para promover que se relacionen y se comprometan con sus objetivos empresariales?	Escala de Likert
				Empatía	¿Considera usted que la empatía es importante, practicas constantemente en tu trabajo?	
		Impulsar al trabajador	Trata de incentivar a las personas, hacer que hagan algo mejor, brindar herramientas necesarias para que realice su labor, objetivos claros (shlomo ben hur, 2019)	Incentivar	¿La empresa programa actividades para realizar reconocimientos públicos por los logros obtenidos por sus trabajadores?	
				Herramientas	¿Tienes todas las herramientas necesarias para cumplir con tus funciones?	
		Dirigir al trabajador	Es el arte, madurez y profesionalismo, en desarrollar de un trabajo en particular vinculado de la experiencia , conocimientos y la comprensión, se puede decir que es la disponibilidad y la voluntad de	Madurez	¿En tu trabajo valoran su progreso a consecuencia de los constantes aprendizajes obtenidos?	

			asumir las responsabilidades derivadas de los objetivos. (Curina & Grassi, 2016)	Experiencia	¿En su centro laboral consideran su experiencia para resolver problemas que se presenten?	Escala de Likert
			Voluntad	¿En la empresa se promueve en recompensar la voluntad que demuestra en el trabajo?		
		Expresión del trabajador	Es el derecho a la libertad de expresión y de información en mayor de los casos sucede en el momento del contrato. (Aparicio , 2020)	Libertad de expresar	¿Usted tiene la libertad de expresar su incomodidad o punto de vista?	
Atención al cliente	Es la satisfacción de las necesidades del cliente, el excelente servicio y cautivar a ello, el cual la calidad es necesario para obtener un grado de satisfacción elevado. (Arenal, 2019)	Servicio al cliente	Nace de la intuición, todas las acciones realizadas, aquella facultad que nos permite comprender dar soluciones de forma instatánea sin ninguna necesidad de razonamiento sino cumplir todas requerimientos accesibles. (Vallejo & Sanchez , 2017)	Acciones	¿La empresa toma acciones para identificar los posibles problemas presentados en la atención al cliente?	
				Soluciones	¿Cuándo un cliente presenta un reclamo se le brinda una pronta solución al problema?	
				Cumplir el requerimiento	¿La empresa cumple con lo prometido a sus clientes?	
		Satisfacción del cliente	Son sentimiento de placer por haber dado cumplimiento de una necesidad, cortesía y amabilidad,	Satisfacer las necesidades	¿Usted cumple adecuadamente con los requerimientos del cliente?	

			dedicación del tiempo, rapidez en el tiempo de entrega. (Mateos de Pablo, 2019)	Dedicación	¿Se enfoca en lograr una buena atención al cliente para lograr su satisfacción?	
				Rapidez	¿Usted brinda una atención rápida y oportuna al cliente?	

4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La técnica para el recojo de la información que se utilizó fue la encuesta ya que es una técnica para la recopilación de informaciones y opiniones pueden ser preguntas abiertas o cerradas. (Gil, 2016)

- La técnica que se utilizó para el recojo de información fue la encuesta, la cual estuvo direccionada a los trabajadores que tienen contacto directo con los clientes de las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos en avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021.

El instrumento es un mecanismo recopilador de datos para llevar a cabo nuestro trabajo de campo. (Gil, 2016)

- El instrumento utilizado fue el cuestionario, estructurado con 14 preguntas; las 8 primeras preguntas estuvieron direccionadas a las características de motivación laboral, las 6 últimas sobre las características de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos en avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021. (ver anexo 5).

4.5. Plan de análisis

Después de obtener los datos, se elaboró un plan de análisis, por lo cual se realizó la tabulación de los resultados de acuerdo a cada una de las variables y se tuvo en cuenta sus dimensiones, se calcularon las frecuencias y porcentajes y se emplearon los programas de office como Word para digitar todos los trabajos de la investigación, PDF se usó para subir los trabajos a la plataforma

los trabajos establecidos por la tutora, Excel para la tabulación de los resultados, PowerPoint se utilizó para la elaboración de las diapositivas de la sustentación del informe final y Turnitin se utilizó este programa detector de plagio con una máxima similitud de 15%.

	Huaraz, 2021?	<p>para el desarrollo de sus actividades en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Describir las características de servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021. - Determinar las características de satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021. - Elaborar una propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes hidrobiológicos en avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz 2021. 		motivación laboral y atención al cliente.	<p>e en el año 2021.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Fue descriptivo porque solo se describió las principales características de las variables motivación laboral y atención al cliente. - Fue de propuesta porque se elaboró un plan de mejora a los resultados encontrados en la investigación. 		
--	---------------	--	--	---	--	--	--

4.7. Principios éticos

Protección a las personas

Se protegió a las personas que participaron en la investigación respetando su privacidad, no se colocaron dentro de la investigación datos personales, números telefónicos y dirección del domicilio en el consentimiento informado y cuestionario. Asimismo, no se tomó fotografías a los participantes de la investigación. Se informó a los encuestados que datos proporcionados solo se utilizarían con fines de investigación.

Cuidado del medio ambiente y la biodiversidad

Para contribuir al mantenimiento del medio ambiente y evitar la contaminación del planeta y tala de árboles se utilizó el papel reciclado algunos en doble cara para poder imprimir los cuestionarios que se manejaron para el proceso de recolección de información que fue preciso para el desarrollo de la investigación. Así mismo, se hizo uso solidario de la energía eléctrica evadiendo la sobrecarga de los equipos electrónicos como laptop, celular, impresora.

Libre participación y derecho a estar informado

El cuestionario se aplicó después de dar a conocer el propósito de la investigación, contemplado en el consentimiento informado. Además de la petición de contribución hacia el representante y los trabajadores, lectura del documento, su aceptación y firma de dicho consentimiento. De igual forma se aclararon las dudas de los participantes de las micro y pequeñas empresas relacionadas a la información brindada con el fin de otorgarles mayor seguridad en su intervención.

Beneficia no maleficia

Se les señaló a los trabajadores y representantes de las microempresas que su participación a través en la investigación sería de voluntaria y anónima y no les genero ningún perjuicio asimismo se le indicó que si tuvieran alguna duda o inquietud pueden formular en el momento que crean pertinente. Además, no se les interrumpió en horas laborales, se esperó hasta la hora de sus salidas, así evité causarles algún tipo de malestar en proceso de la aplicación del cuestionario que fue necesario para el desarrollo de la investigación.

Justicia

Se otorgó un trato cordial a todos los participantes de la investigación, se entregó un modelo de consentimiento informado y un cuestionario igual a todos y se les aplicó las mismas preguntas. También se indicó que, si deseaban conocer los resultados de la investigación, se les haría llegar una copia de la información así mismo del plan de mejora y para cualquier inquietud se dejó mi número de celular y el correo electrónico.

Integridad científica

La investigación se ejecutó con datos reales lo cuales fueron obtenidos a través de la técnica de la encuesta. Asimismo, se ejecutó una correcta búsqueda de información a través de los libros, artículos científicos, etc. Con mucha transparencia, honestidad de manera responsable lo cual se va reflejado en el trabajo.

V. RESULTADOS

5.1. Resultados

Tabla 1

Características de las acciones para identificar la motivación del personal en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021

Acciones para identificar la motivación laboral	N	%
trabajador informado y se compromete con los objetivos empresariales		
Nunca	2	9.09
Muy pocas veces	6	27.27
Algunas veces	8	36.36
Casi siempre	2	9.09
Siempre	4	18.18
Total	22	100.00
Consideran que la empatía es importante y practican		
Nunca	2	9.09
Muy pocas veces	5	22.73
Algunas veces	8	36.36
Casi siempre	4	18.18
Siempre	3	13.64
Total	22	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los trabajadores de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de av. A. Raymondi distrito de Huaraz, 2021.

Tabla 2

Características del proceso para impulsar al rendimiento de los trabajadores en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021.

Proceso para Impulsar el rendimiento de los trabajadores	N	%
La empresa realiza reconocimientos por los logros		
Nunca	5	22.73
Muy pocas veces	8	36.36
Algunas veces	5	22.73
Casi siempre	2	9.09
Siempre	2	9.09
Total	22	100.00
Tienen las herramientas necesarias		
Nunca	2	9.09
Muy pocas veces	1	4.55
Algunas veces	6	27.27
Casi siempre	8	36.36
Siempre	5	22.73
Total	22	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los trabajadores de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de av. A. Raymondi distrito de Huaraz, 2021.

Tabla 3

Características de la dirección del personal para el desarrollo de sus actividades en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021.

Dirección del personal para el desarrollo de sus actividades	N	%
Valoran su progreso de aprendizajes obtenidas		
Nunca	3	13.64
Muy pocas veces	7	31.82
Algunas veces	6	27.27
Casi siempre	3	13.64
Siempre	3	13.64
Total	22	100.00
Consideran su experiencia para resolver problemas		
Nunca	5	22.73
Muy pocas veces	8	36.36
Algunas veces	7	31.82
Casi siempre	2	9.09
Siempre	0	0.00
Total	22	100.00
Recompensan la voluntad que demuestra en el trabajo		
Nunca	4	18.18
Muy pocas veces	7	31.82
Algunas veces	8	36.36
Casi siempre	3	13.64
Siempre	0	0.00
Total	22	100.00

Continúa ...

Tabla 3.

Características de la dirección del personal para el desarrollo de sus actividades en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021.

<i>Concluye ...</i>		
Dirección del personal para el desarrollo de sus actividades	N	%
Tiene la libertad de expresar su incomodidad o punto de vista		
Nunca	4	18.18
Muy pocas veces	8	36.36
Algunas veces	7	31.82
Casi siempre	3	13.64
Siempre	0	0.00
Total	22	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los trabajadores de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de av. A. Raymondi distrito de Huaraz, 2021.

Tabla 4

Características del servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021

Servicios de atención al cliente	N	%
Toma acciones frente los problemas presentados en la atención		
Nunca	0	0
Muy pocas veces	7	31.82
Algunas veces	8	36.36
Casi siempre	3	13.64
Siempre	4	18.18
Total	22	100.00
Un cliente presenta reclamo le brinda una pronta solución		
Nunca	3	13.64
Muy pocas veces	5	22.73
Algunas veces	10	45.45
Casi siempre	1	4.55
Siempre	3	13.64
Total	22	100.00
La empresa cumple con lo prometido a sus clientes		
Nunca	1	4.55
Muy pocas veces	3	13.64
Algunas veces	13	59.09
Casi siempre	1	4.55
Siempre	4	18.18
Total	22	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los trabajadores de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de av. A. Raymondi distrito de Huaraz, 2021.

Tabla 5

Características de satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021.

Satisfacción al cliente	N	%
Cumple adecuadamente con los requerimientos del cliente		
Nunca	3	13.64
Muy pocas veces	5	22.73
Algunas veces	8	36.36
Casi siempre	4	18.18
Siempre	2	9.09
Total	22	100.00
Se enfoca en lograr una buena atención		
Nunca	1	4.55
Muy pocas veces	2	9.09
Algunas veces	11	50.00
Casi siempre	3	13.64
Siempre	5	22.73
Total	22	100.00
Brinda una atención rápida y oportuna		
Nunca	0	0
Muy pocas veces	1	4.55
Algunas veces	11	50.00
Casi siempre	6	27.27
Siempre	4	18.18
Total	22	100.00

Nota. Cuestionario aplicado a los trabajadores de las mypes del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de av. A. Raymondi distrito de Huaraz, 2021.

Tabla 6

Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes hidrobiológicos en avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz 2021.

Problemas encontrados – resultados	Surgimiento del problema	Acción de mejora	Responsable
Trabajador informado y comprometido con los objetivos empresariales	Los dueños de las micro y pequeñas empresas, informan algunas veces los objetivos de la empresa por ende trabajan sin un fin definido.	Tener bien establecido sus objetivos empresariales junto la visión, misión y la política de la empresa, ubicado en un lugar adecuado y visible para todos los trabajadores y clientes y pedir que los trabajadores practiquen constantemente desde la hora del ingreso hasta la hora de la salida.	Representante
Consideran que la empatía es importante y practican	Los trabajadores consideran que la empatía es importante, pero practican algunas veces por no tener claro en el establecimiento.	Deben tener la capacidad de ponerse realmente en la posición de un cliente y entender su frustración por lo tanto debe: <ul style="list-style-type: none"> • Escuchar con atención • Ser respetuoso • Buscar intereses en común • Comprender sus prioridades • No asumir, preguntar • Demostrar que te importa 	Representante y trabajador
La empresa realiza reconocimientos por los logros	Muy pocas veces los empresarios tienen en cuenta los logros de sus trabajadores.	Como jefes o dueños de una empresa deberían reconocer las pequeñas victorias y los logros del día a día, eso mantendrá motivados, en constante progreso que ayudara a continuar avanzando hacia esos objetivos más grandes, todo ello por el beneficio de la empresa.	Representante
Valoran su progreso de aprendizajes obtenidas	Los dueños muy pocas veces valoran los aprendizajes obtenidos	Tener siempre en cuenta el progreso que tienen los trabajadores, ese esfuerzo que demuestran cada día, por dar lo mejor de ellos en su centro laboral, por lo tanto, como dueños ser consientes y hacer sentir que son importantes.	Representante
Consideran su experiencia para resolver problemas	Muy pocas veces los dueños consideran su experiencia para resolver problemas que surgen dentro de su área	Los dueños deberían dejar que el personal demuestre y desarrolle su experiencia en su centro laboral, no siempre tiene que estar dueño o encargado para cualquier tipo de	Representante

		problemas que existen para dar una solución.	
Recompensan la voluntad que demuestra en el trabajo	Algunas veces recompensan su voluntad y esmero que demuestra en su trabajo	Deben tener en cuenta por lo menos las fechas especiales por ejemplo dar día libre en sus cumpleaños y brindar un potaje gratuito al cumpleaños.	Representante
Tiene la libertad de expresar su incomodidad o punto de vista	Muy pocas veces permiten expresar su punto de vista mucho menos su incomodidad	Los dueños deben tener en cuenta sus incomodidades de sus trabajadores, escuchar cada detalle y llegar a una solución así comiencen el día con ánimo, considerar el punto de vista de cada trabajador considerar los más óptimos y viables.	Representante
Toma acciones frente los posibles problemas presentadas en la atención al cliente	Poco interés a los comensales, Algunas veces toman acciones frente los posibles problemas	Cuando se presenten los problemas por mínimas que sean, tienen que tomar acciones de mejora de forma inmediata, acordarse de las preferencias del cliente, informar de descuentos y ofertas, conocer el menú del día, saber que ingredientes contiene cada potaje.	Trabajadores
Un cliente presenta reclamo le brinda una pronta solución	Algunas veces brindan una pronta solución, mucha aglomeración o dejan para la próxima.	Cuando un cliente esta insatisfecho y quiere dar una oportunidad estar dispuestos a dárselos de forma inmediata sin perder el tiempo.	
La empresa cumple con lo prometido a sus clientes	Algunas veces cumple con lo prometido a sus clientes, hacen por publicidad.	Todos los días los clientes deben ser tratados de forma personalizada, brindar exactamente lo que ofrecen sin excusas a ninguna.	Representante
Cumple adecuadamente con los requerimientos del cliente	Algunas veces cumple adecuadamente con los requerimientos de los clientes	Cobrar el precio justo, el producto que consume que sea de calidad, deben estar siempre limpio ya sea la sala, las mesas, las puestas, más aún la cocina, los personales y el sanitario.	Representante
Se enfoca en lograr una buena atención	Algunas veces se enfoca en brindar una buena atención a los clientes	El personal debe estar capacitado, fomentar la comunicación eficaz, tiempos de espera que sean precisas, estar atentos a las inquietudes o quejas.	Representante

Brinda una atención rápida y oportuna	Algunas veces brindan una atención rápida y oportuna.	La rapidez es uno de los pilares de un buen servicio, dedicarle el tiempo necesario, ofrecer una experiencia personalizada, pensar siempre como el cliente.	Representante
---------------------------------------	---	---	---------------

PLAN DE MEJORA PARA LAS EMPRESAS DE RESTAURANTES DE PRODUCTOS HIDROBIOLÓGICOS DE AVENIDA ANTONIO RAYMONDI, DISTRITO DE HUARAZ

1. Datos generales

- **Nombre o razón social:** Restaurantes de productos hidrobiológicos.
- **Giro de la empresa:** Servicio
- **Dirección:** Avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz
- **Nombre del representante:** Dueños de los restaurantes de productos hidrobiológicos
- **Historia:**

Son empresas o establecimiento de carácter público, destinado a ofrecer servicio de preparación, comida y bebidas según su comodidad y calidad de vida, satisfaciendo plenamente sus necesidades, garantizando un excelente servicio al cliente.

2. Misión

Brindar comodidad y satisfacción a nuestros clientes para que se sientan como en casa, a través de permanente innovación, compromiso de nuestros colaboradores y mejora continua de nuestros procesos.

3. Visión

Ser conocidos como las mejores micro y pequeñas empresas de restaurantes de productos hidrobiológicos en la Región, compitiendo con los más altos estándares de calidad nacional e internacional, en los diferentes servicios que ofrecemos.

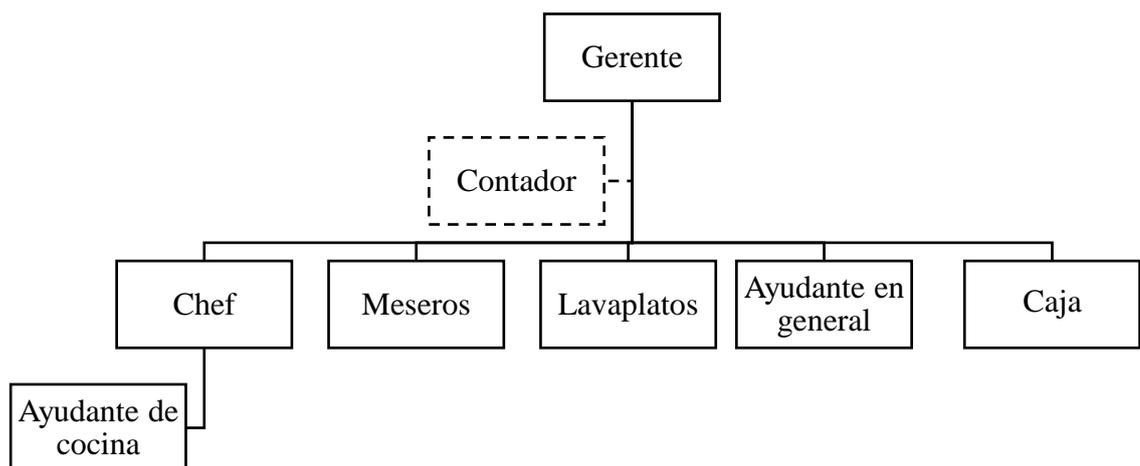
4. Objetivos empresariales

- Lograr fidelización de los clientes.
- Brindar un excelente servicio de la atención al cliente.
- Incrementar la rentabilidad de la empresa.
- Aumentar nuevos servicios.
- Innovar en la gastronomía.
- Cumplir con los protocolos de la bioseguridad.

5. Productos y/o servicios

- Las empresas de restaurantes de productos hidrobiológicos, brindan una amplia selección de platillos marinos de calidad, brindando prestaciones personalizadas de servicio con el trato y la amabilidad requerida.

6. Organigrama



6.1. Descripción de funciones

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

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

Cargo	Chef o Cocinero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Ser chef profesional, demostrar con documentos y practica - Tener especialidad en el rubro - Ser creativo
Función	<ul style="list-style-type: none"> - Preparar y Crear las recetas y el menú. - Entrenar a sus ayudantes. - Supervisar toda la cocina. - Dirigir al personal implicados en la preparación del alimento.

Cargo	Asistente del chef
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudiante o egresado de carreras a fines - Ser responsable y cuidadoso - Gustarle el trabajo que hace - Disponibilidad de tiempo
Función	La persona responsable de picar todo tipo de verduras, lavar los pescados y mariscos alistar los platos para el producto final, estar atento en que un potaje tenga todo que indica en la carta.

Cargo	Meseros o mozos
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Ser activa, carismática y tolerante. - Tener estudios secundarios como mínimo
Función	Preparar las mesas y los utensilios para los clientes, tomar órdenes y servir los alimentos, es muy importante que conozcan bien el menú para hacer sugerencias a los comensales y aclarar las dudas en cuanto a los platillos.

Cargo	Lavaplatos
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Ser responsable y cuidadoso - Gustarle el trabajo que hace - Disponibilidad de tiempo
Función	La persona responsable de limpiar los platos, las vasijas y demás utensilios de cocina prestando su apoyo a las personas que elaboran la comida y en las que trabajen en sala o comedores, su jornada laboral se concentra principalmente en las horas establecidas.

Cargo	Ayudante en general
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Ser responsable y honestos - Darle al 100% lo que hace - Disponibilidad de tiempo
Función	Como su nombre le indica esta persona debe ayudar en distintas tareas desde lo más superior hasta al mínimo según jerarquía, en restaurantes pequeños, la persona encargada de limpieza suele realizar la tarea de ayudante general.

Cargo	Cajero (a)
Perfil	- Egresados de carreras, administración, contabilidad, economía. - Carreras técnicas a fines
Función	Administrar y procesar los pagos, tener conocimientos y habilidades que le permitan ofrecer un buen servicio y ser eficiente en su labor. Por lo que puede ser el último contacto del cliente con el establecimiento.

7. Diagnóstico general

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>F1: Ubicación del negocio con gran afluencia del cliente.</p> <p>F2: Variedad de potajes marinos y servicios disponibles para los clientes.</p> <p>F3: Precios accesibles para todo tipo de clientes.</p> <p>F4: Recetas únicas, con chef experimentado</p> <p>F5: local propio.</p> <p>F6: Modernos equipos y la tecnología avanzada.</p>	<p>D1: Somos una empresa joven y sin respaldo.</p> <p>D2: Falta de capital propio.</p> <p>D3: Nulo posicionamiento en el mercado.</p>
OPORTUNIDAD	ESTRATEGIA FO	ESTRATEGIA DO
<p>O1: Crecimiento económico del país.</p> <p>O2: En av. A. Raymondi es uno de los más comerciales de Huaraz</p> <p>O3: Aumento de la población en la ciudad.</p> <p>O4: Mejora del poder adquisitivo de la población.</p> <p>O5: interés de gastos por parte de la población.</p>	<ol style="list-style-type: none"> Ofrecer un espacio amplio agradable para la comodidad de nuestros clientes (F6, O1) Contratar más personales con principios para una atención personalizada (F1, F5, O2, O3) Ofrecer productos de primera con únicas recetas e incomparables (F2, F4, O5) 	<ol style="list-style-type: none"> Posicionarnos en el mercado por medio de nuestros clientes, gracias a sus buenos comentarios acerca de los servicios ofrecidos en nuestro restaurante de productos hidrobiológicos (D3, O1, O3, O4) Hacer demostraciones de nuestros platos originales que ofreceremos dentro de los centros comerciales para atraer la atención del público. (D1, D2, O2, O5)

AMENAZAS	ESTRATEGIA F A	ESTRATEGIA D A
<p>A1: Competencia con años de experiencia en el rubro de restaurantes de productos hidrobiológicos.</p> <p>A2: Clientes fieles a los restaurantes de la competencia.</p> <p>A3: Gran variedad de empresas del mismo giro en la ciudad.</p> <p>A4: Existe competencia fuerte alrededor de la ciudad.</p> <p>A5: Actual crisis económico.</p>	<p>1. Ofreceremos a nuestros clientes variedad de platos que permita satisfacer todas sus expectativas y aun precio accesible (F2, F3, F4, A5)</p> <p>2. Realización de pequeños eventos dentro de nuestro local por fechas especiales junto con nuestros clientes, para fidelizarlos a nosotros. (F1, F5, F6, A2, A3)</p>	<p>1. Analizar constantemente los servicios que brindan la competencia para nosotros ofrecer servicios similares, pero con la diferenciación de platos innovadores que ofrecerá nuestro restaurante de productos hidrobiológicos (D1, D3, A1, A2, A3, A4)</p> <p>2. Ofreceremos descuentos y promociones para capturarla atención de nuestro público objetivo. (D2, A5)</p>

8. Indicadores de una buena gestión

Indicadores	Evaluación de indicadores dentro de las micro y pequeñas empresas
Trabajador informado y comprometidos con los objetivos empresariales	Falta de compromiso y descuido de los representantes en su gestión, no tienen definido sus objetivos y mucho menos tienen en cuenta a sus personales.
Consideran que la empatía es importante y practican.	Algunos representantes y trabajadores si consideran la importancia de la empatía, pero a los dueños se les dificulta practicar solo los trabajadores practican en algunas veces.
La empresa realiza reconocimientos por los logros.	Muy pocas veces la empresa hace reconocimientos a sus trabajadores no hay fechas especiales ni siquiera el aniversario de la creación de su empresa, fiestas patrias ni navidad.
Valoran su progreso de aprendizajes obtenidas	Muy pocas veces valoran su constante progreso en su centro laboral, sin darse cuenta que en la competencia están pendientes de sus logros y buscan formar parte de ellas.
Consideran su experiencia para resolver problemas	Un personal con experiencia en el rubro ya sabe que hacer o no ante problemas de su área, no necesariamente debe estar el propietario para dar alguna solución.
Recompensan la voluntad que demuestra en el trabajo	La voluntad y el esmero de cada personal suman mucho dentro de la empresa, pero muchas veces no pueden mantenerlo sin los elogios de sus superiores o dueños.
Tiene la libertad de expresar su incomodidad o punto de vista.	Muy pocas veces lo consideran sus opiniones y si por algún motivo expresa su incomodidad lo hacen pasar por lo alto,

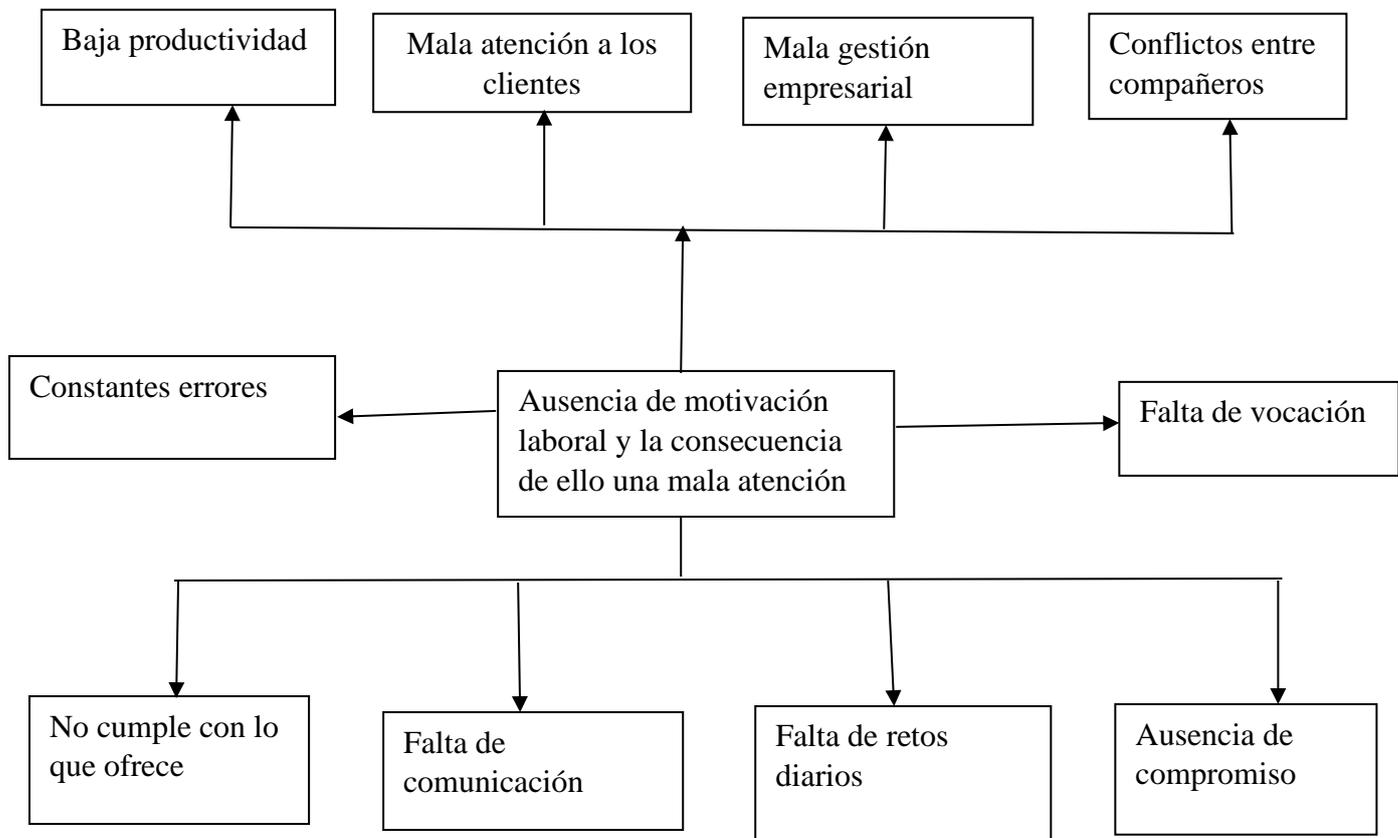
	cuando los trabajadores deberían ser escuchados, aunque no lo tomen su palabra u opinión.
Toman acciones frente los posibles problemas presentados en la atención al cliente.	Algunas veces toman acciones positivas, como un servicio rápido, la comida hecha a su pedido, etc. y coordinar con los trabajadores que tienen contacto directo con los clientes para evitar los posibles problemas en el futuro.
Un cliente presenta reclamo le brindan una pronta solución.	Algunas veces dan una pronta solución, cuando deberían hacer constantemente y evitar problemas para generar disgustos.
La empresa cumple con lo prometido a sus clientes	Muchas veces cumple con el horario establecido, en estos tiempos de pandemia no se descuidan por de los protocolos y cumple con exigir con sus tarjetas de vacunación.
Se enfocan en lograr una buena atención	Para poder cumplir con todas las exigencias del cliente deberían estar preparados los mozos porque no siempre existe un cliente común también existen clientes muy difíciles de comprender.
Brindan una atención rápida y oportuna	Deberían de tratar a sus comensales de manera rápida e inmediata, mantener a los clientes fieles y captar más clientes nuevos y fidelizarlos.

9. Problemas

Indicadores	Problemas	Surgimiento del problema
Trabajador informado y comprometidos con los objetivos empresariales	Que los colaboradores no trabajan adecuadamente, surgen errores a consecuencia emocional de ellos.	Que solo algunas veces los propietarios coordinan o fijan sus metas del día.
Consideran que la empatía es importante y practican	Los propietarios no practican como debería con su personal, por lo tanto, no se encuentran en estado de superación o de una buena dedicación.	Practican la empatía solo en algunas veces cuando debería ser muy frecuente ya sea el dueño a los colaboradores y los colaboradores hacia los clientes.
La empresa realiza reconocimientos por los logros.	El propietario no toma interés por dar felicitaciones por los buenos resultados que obtengan los trabajadores.	Muy pocas veces el dueño toma interés por dar unas palabras de felicitaciones y mucho menos incentivos económicos.
Valoran su progreso de aprendizajes	El pésimo producto y mala atención de llevan los clientes y ya no regresan al establecimiento.	Que los propietarios no toman en cuenta los esfuerzos que dan cada día y hay momentos que se les va de sus manos hasta llegan perder sus mejores trabajadores.
Consideran su experiencia para resolver problemas	Cuando se presenta algún problema los trabajadores ya no se interesan en dar una solución a pesar de conocer el tema y sabiendo que hacer al respecto.	Sucede que muy pocas veces lo toman en cuenta que el personal tienen experiencia para cualquier tipo de situaciones que surgen dentro de su

		labor, por ende, ellos se abstienen frente a las situaciones.
Recompensan la voluntad que demuestra en el trabajado	El trabajador va solo por necesidad y no por vocación.	Algunas veces recompensan la voluntad de sus trabajadores, cuando deberían de hacer siempre como un ascenso de cargo.
Tienen la libertad de expresar su incomodidad o punto de vista.	Por temor que no tomen en cuenta no comunican sus incomodidades mucho menos su punto de vista.	Muy pocas veces los dueños toman en cuenta sus quejas y no consideran sus ideas.
Toma acciones frente los posibles problemas presentados en la atención.	Un producto fuera de lo pedido, clientes decepcionados por la atención porque a su mesa ni se acercan por si desean algo más.	Los propietarios deberían tener claro sus objetivos de acuerdo ello para que puedan trazar sus metas, los trabajadores deben estar en constante capacitación, pero no lo hacen por no invertir y no se dan cuenta que es lo contrario, ni siquiera ellos mismos se capacitan para que pueden guiar y hacer una buena gestión.
Un cliente presenta reclamo le brinda una pronta solución	No les importa brindar una pronta solución esperan al dueño que de soluciones.	Los dueños deberían preparar a sus trabajadores para cualquier problema que se ocasione, para ello es muy importante que exista una comunicación fluida, no solo algunas veces decir y dejar que suceda continuamente.
La empresa cumple con lo prometido a sus clientes.	Cuando hay un nuevo trabajador principal muchas veces no salen completo los potajes, desconocen las promociones y se les olvida.	No existe una retroalimentación en las mañanas, algunas veces no lo toman importancia de lo que tienen y ofrecen y dejan solo al nuevo integrante.
Cumple adecuadamente con los requisitos del cliente	No existe exigencia para estar pulcras en las horas de trabajo, higiene personal y dentro del local.	Algunas veces toman interés que su personal se vea elegante o pulcras, eso ayuda mucho la higiene es muy importante en un establecimiento de este rubro.
Se enfoca en lograr una buena atención.	Va atender a los clientes sin apunte y no toman bien los pedidos y hay confusiones en la hora de entrega del producto.	Algunas veces exigen que el personal de atención al cliente esté con su equipo de trabajo, ya sea el cuadernito de apunte, lapiceros, abridor de gaseosas, trapo de limpiar mesa y su desinfectante.
Brinda una atención rápida y oportuna	Domara en atender al cliente, peor aun cuando ingresar varios al mismo tiempo.	Algunas veces los dueños hablan con los trabajadores, no detallan en que momentos se tienen que ponerse más rápidas y dar todo de ellos.

10. Causas



11. Establecer soluciones

11.1. Establecer acciones de mejora

Indicadores	Problemas	Acciones de mejora
Trabajador informado y comprometidos con los objetivos empresariales	Que los colaboradores no trabajan adecuadamente, surgen errores a consecuencia emocional de ellos.	Tener bien establecido sus objetivos empresariales junto la visión, misión y la política de la empresa, ubicado en un lugar adecuado y visible para todos los trabajadores y clientes y pedir que los trabajadores practiquen constantemente desde la hora del ingreso hasta la hora de la salida.
Consideran que la empatía es importante y practican	Los propietarios no practican como debería con su personal, por lo tanto, no se	Deben tener la capacidad de ponerse realmente en la posición de un cliente y entender su frustración por lo tanto debe:

	encuentran en estado de superación o de una buena dedicación.	<ul style="list-style-type: none"> - Escuchar con atención - Ser respetuoso - Buscar intereses en común - Comprender sus prioridades - No asumir, preguntar Demostrar que te importa
La empresa realiza reconocimientos por los logros.	El propietario no toma interés por dar felicitaciones por los buenos resultados que obtengan los trabajadores.	Como jefes o dueños de una empresa deberían reconocer las pequeñas victorias y los logros del día a día, eso mantendrá motivados, en constante progreso que ayudara a continuar avanzando hacia esos objetivos más grandes, todo ello por el beneficio de la empresa.
Valoran su progreso de aprendizajes	El pésimo producto y mala atención de llevan los clientes y ya no regresan al establecimiento.	Tener siempre en cuenta el progreso que tienen los trabajadores, ese esfuerzo que demuestran cada día, por dar lo mejor de ellos en su centro laboral, por lo tanto, como dueños ser consientes y hacer sentir que son importantes.
Consideran su experiencia para resolver problemas	Cuando se presenta algún problema los trabajadores ya no se interesan en dar una solución a pesar de conocer el tema y sabiendo que hacer al respecto.	El dueño debería dejar que el personal demuestre su experiencia en su centro laboral, no siempre tiene que estar dueño o encargado para cualquier tipo de problemas existente para da una solución.
Recompensan la voluntad que demuestra en el trabajado	El trabajador va solo por necesidad y no por vocación.	Deben tener en cuenta por lo menos las fechas especiales por ejemplo dar día libre en sus cumpleaños y brindar un potaje gratuito al cumpleañosero.
Tienen la libertad de expresar su incomodidad o punto de vista.	Por temor que no tomen en cuenta no comunican sus incomodidades mucho menos su punto de vista.	Los dueños deben tener en cuenta sus incomodidades de sus trabajadores, escuchar cada detalle y llegar a una solución así comiencen el día con ánimo, considerar el punto de vista de cada trabajador considerar los más óptimos y viables.
Toma acciones frente los posibles problemas presentados en la atención.	Un producto fuera de lo pedido, clientes decepcionados por la atención porque a su mesa ni se acercan por si desean algo más.	Cuando se presenten los problemas por mínimas que sean, tienen que tomar acciones de mejora de forma inmediata, acordarse de las preferencias del cliente, informar de descuentos y ofertas, conocer el menú del día, saber que ingredientes contiene cada potaje.
Un cliente presenta reclamo le brinda una pronta solución	No les importa brindar una pronta solución esperan al dueño que de soluciones.	Cuando un cliente esta insatisfecho y quiere dar una oportunidad estar dispuestos a dárselos de forma inmediata sin perder el tiempo.
La empresa cumple con lo prometido a sus clientes.	Cuando hay un nuevo trabajador principal muchas veces no salen completo los potajes, desconocen las promociones y se les olvida.	Todos los días los clientes deben ser tratados de forma personalizada, brindar exactamente lo que ofrecen sin excusas a ninguna.

Cumple adecuadamente con los requisitos del cliente	No existe exigencia para estar pulcras en las horas de trabajo, higiene personal y dentro del local.	Cobrar el precio justo, el producto que consume que sea de calidad, deben estar siempre limpio ya sea la sala, las mesas, las puestas, más aún la cocina, los personales y el sanitario.
Se enfoca en lograr una buena atención.	Va atender a los clientes sin apunte y no toman bien los pedidos y hay confusiones en la hora de entrega del producto.	El personal debe estar capacitado, fomentar la comunicación eficaz, tiempos de espera que sean precisas, estar atentos a las inquietudes o quejas.
Brinda una atención rápida y oportuna	Domara en atender al cliente, peor aun cuando ingresar varios al mismo tiempo.	La rapidez es uno de los pilares de un buen servicio, dedicarle el tiempo necesario, ofrecer una experiencia personalizada, pensar siempre como el cliente.

12. Recursos para la implementación de las estrategias

N°	Estrategias	Recursos humanos	Recursos económicos	Recursos tecnológicos	Tiempo
1	Programar y realizar reuniones laborales y contratar un especialista en el tema, para conocer sobre motivación laboral y sus consecuencias	Administrador y área de recursos humanos	S/. 1500 mensuales	Local de la empresa, materiales, equipos, tiempo	3 meses
2	Mayor confianza y comunicación entre representantes y colaboradores, mediante reuniones participativas, para seleccionar un responsable para la evaluación y constantes retroalimentación al comienzo del día.	Alta dirección y administrador	S/. 1300 mensuales	Local, materiales y tiempo	4 meses
3	Elaborar y aplicar el plan de presupuesto de capacitación que ayudará a una buena gestión y una práctica de motivación en centro laboral	Contador y administrador	S/. 1500 mensuales	Materiales, equipos, tiempo	4 año
4	Evaluar constantemente a los personales y tomar decisiones de mejora incluso ascenderlos.	Administrador	S/. 1500 mensuales	Materiales, equipo, tiempo	2 meses

5	Elaborar un cronograma de evaluación para todas las áreas que conforman la empresa.	Administrador	S/. 1500 mensuales	Materiales, equipos, tiempo	4 meses
6	Incentivos económicos como bonos y comisiones, incentivos no económicos como ofrecer días de descanso, flexibilidad de horarios, reconocimientos por los logros, dar felicitaciones constantemente.	Representante	3, 000	Internet, computadora, equipos y tiempo	3 meses

13. Cronograma de actividades

N°	Estrategias	Inicio	Termino	Abril				Mayo				Junio				Julio			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Programar y realizar reuniones laborales y contratar un especialista en el tema, para conocer sobre motivación laboral y sus consecuencias.	01-04-22	30-06-22	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
2	Mayor confianza y comunicación entre representantes y colaboradores, mediante reuniones participativas, para seleccionar un responsable para la evaluación y constantes retroalimentación	01-04-22	31-07-22	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

	al comienzo del día.																		
3	Elaborar y aplicar el plan de presupuesto de capacitación que ayudará a una buena gestión y una práctica de motivación en centro laboral	01-04-22	31-07-22	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
4	Evaluar constantemente a los personales y tomar decisiones de mejora incluso ascenderlos.	01-04-22	31-05-22	X	X	X	X	X	X	X	X								
5	Elaborar un cronograma de evaluación para todas las áreas que conforman la empresa.	01-04-22	31-07-22	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
6	Incentivos económicos como bonos y comisiones, incentivos no económicos como ofrecer días de descanso, flexibilidad de horarios, reconocimientos por los logros, dar felicitaciones constantemente.	01-04-22	31-05-22	X	X	X	X	X	X	X	X								

5.2. Análisis de resultados

Tabla 1. Características y acciones para identificar la motivación del personal en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021

El trabajador está informado y se compromete con los objetivos empresariales: El 36.36% de los trabajadores indicaron, algunas veces son informados y comprometidos con los objetivos empresariales, el 27.27% indican que muy pocas veces son informados y comprometidos con los objetivos empresariales, solo el 18.18% indicaron que siempre son informados y comprometidos con los objetivos empresariales, 9.09% mencionaron casi siempre y 9.09% indicaron nunca son informados y ni comprometidos con los objetivos empresariales (Tabla 1). Esto demuestra que la minoría de los trabajadores están informados y mucho menos se comprometen con los objetivos empresariales cuando deberían estar trabajando con mucho esmero cumpliendo cada detalle sin ningún problema que los afecte, pero sucede que los representantes desconocen la gestión.

Consideran que la empatía es importante y practican: 36.36% de los trabajadores mencionaron que algunas veces consideran importante la empatía y practican, 22.73% manifestaron que muy pocas veces consideran importante la empatía y practican, 18.18% consideraron casi siempre, solo el 13.64% consideraron siempre y 9.09% indicaron nunca considerar que la empatía es importante y practican (Tabla 1). Esto demuestra que la minoría de los trabajadores y representantes consideran importante la empatía, cuando debería ser considerado y practicado todos los días, los clientes buscan ser tratados como tal y los trabajadores también depende de ello el buen funcionamiento de su entidad con dueños empáticos y trabajadores empáticos es una cadena de mejora continua.

Tabla 2. Características del proceso para impulsar al rendimiento de los trabajadores en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021

La empresa programa actividades para realizar reconocimientos por los logros obtenidos de los trabajadores: el 36.36% de los trabajadores indicaron que muy pocas veces la empresa realiza reconocimientos por los logros obtenidos dentro de sus funciones (Tabla 2). Esto se afirma en lo mencionado por Aguilera. (2020), quien indicó que reconocer los resultados puede realizarse a través de la compensación económica o la información en público a los demás trabajadores de los méritos realizados. Esto demuestra que la minoría de los trabajadores mencionaron que la empresa realiza reconocimientos por los logros esmerados dentro de la organización.

Tienen las herramientas necesarias para cumplir sus funciones: el 36.36% de los trabajadores manifestaron que casi siempre tienen las herramientas necesarias para cumplir sus funciones dentro del establecimiento (Tabla 2) esto se afirma en lo mencionado por Lopez F. (2018) quien indicó que cada trabajador debe contar con las herramientas necesarias de acuerdo el área que ocupa. Esto demuestra que la minoría de los trabajadores indicaron que tienen las herramientas necesarias para que puedan cumplir sus funciones de forma eficiente, mientras tengan todo lo necesario ya sea en atención al cliente y en el área de cocina.

Tabla 3. Características de la dirección del personal para el desarrollo de sus actividades en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro

restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021

En su trabajo valoran su progreso a consecuencia de los constantes aprendizajes obtenidas: el 31.82% de los trabajadores indicaron que muy pocas veces valoran su progreso de aprendizajes obtenidas (Tabla 3) esto se afirma en lo mencionado por Aguilera (2020) quien indicó que a través de la motivación se puede alcanzar un mayor grado de productividad, eficiencia y de compromiso por parte de los empleados, también el personal motivado son capaces de ofrecer un mejor servicio o atención al cliente. De este resultado podemos observar que la minoría de los representantes valoran su progreso de sus colaboradores cuando debería estar pendiente de sus aprendizajes y animando que sigan haciendo cada día y puedan generar un grado mayor de productividad, compromiso y entrega de trabajadores.

En su centro laboral consideran su experiencia para resolver problemas: el 36.36% de los trabajadores indicaron que muy pocas veces consideran su experiencia para resolver problemas (Tabla 3) esto se afirma en lo mencionado por Aguilera (2020) quien mencionó que consiste en ofrecer posibilidades de autorrealización, logro, crecimiento, desarrollo profesional y personal. Se puede lograr encargando compromisos en los empleados y su participación en la toma de decisiones, así como brindando actividades y retos por más que tengan experiencia no dan esa oportunidad de desarrollo y autorrealización, podrían hacerlo delegando responsabilidades y participación en la toma de decisiones. Del resultado obtenido podemos indicar que la minoría de los representantes consideran su experiencia de los colaboradores para resolver problemas presentados dentro de su área o en la organización.

La empresa se promueve en recompensar la voluntad que demuestran los trabajadores: el 36.36% de los trabajadores indicaron que solo algunas veces recompensan la voluntad que demuestra en el trabajo, 31.82% consideraron que muy pocas veces recompensan la voluntad que demuestran en su centro laboral, 18.18% indicaron que nunca son recompensados la voluntad que demuestra en el trabajo (Tabla 3) esto demuestra que la minoría de los representantes se interesan en recompensar la voluntad que demuestran sus trabajadores, mostrar interés no solo por lo que ocurra en la empresa sino por lo que pueda ocurrir en su vida personal, a pesar que puedan cargar muchas problemas los trabajadores van con todas las energías de seguir laborando por bienestar de la empresa y de si mismo.

Tiene la libertad de expresar su incomodidad o punto de vista: el 36.36% de los trabajadores mencionaron, en muy pocas veces tienen la libertad de expresar su incomodidad o punto de vista, 31.82% indicaron que algunas veces pueden expresar su incomodidad y dar su punto de vista, el 18.18% incaron que nunca tienen la labertad de expresar su incomodidad y punto de vista y el 13.64% manifestaron que casi siemrper tienen la oportunidad de la libertad de expresar su incomodidad o punto de vista (Tabla 3) de este resultado se puede decir que la minoría de los propietarios consideran el punto de vista o la incomodidad que tienen los trabajadores y resolver sus dudas, para que se sientan comprometidos con la organización deben estar cómodos en su lugar de trabajo y sobre todo sentir que está contribuyendo con los logros.

Tabla 4. Características del servicio de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021

La empresa toma acciones para identificar los posibles problemas presentados en la atención al cliente: el 36.36% de los trabajadores indicaron que algunas veces toman acciones frente las posibles problemas presentados en la atención a los clientes, 31.82% indicaron muy pocas veces toman acciones frente las posibles problemas, 18.18% mencionaron siempre y 13.64% mencionaron que casi siempre toman acciones frente las posibles problemas presentados en la atención al cliente (Tabla 4), lo cual se ve reflejado que la minoría de los representantes toman acciones frente las posibles problemas presentados en la atención, todas las problemas vienen a consecuencia de mal estado emocional de los trabajadores y falta de capacitaciones sobre la atención al cliente, hoy en día los empresarios deben tener como objetivo principal de minimizar errores dentro de su empresa para ello, el personal debe estar bien preparado emocionalmente y pulcramente vestida.

Cuando un cliente presenta reclamos se le brinda una pronta solución al problema: el 45.45% de los trabajadores indicaron que en algunas veces, un cliente presenta reclamo le brinda una pronta solución, el 22.730% mencionaron que muy pocas veces le brindan la pronta solución el 13.64% indicaron nunca y siempre brindar una pronta solución al problema (Tabla 4). La minoría de los representantes y trabajadores le brindan una pronta solución al problema presentado por los clientes, que se presentan dentro de su labor, estar focalizado en el cliente, trabajar en equipo, escuchar los comentarios y sugerencias conseguiran conquistar a los clientes.

La empresa cumple con lo prometido a sus clientes: El 59.09% de los trabajadores indicaron que algunas veces la empresa cumple con lo prometido a sus clientes, el 18.18% indicaron que siempre la empresa cumple con lo prometido, el 13.64% indicaron que muy pocas veces cumplen con lo prometidos a sus clientes y 4.55% manifestaron que nunca y

casi siempre cumplir con lo prometido (Tabla 4). De este resultado se puede observar que la mayoría de los empresarios cumplen con lo que prometen a sus clientes, ya sea en detalle de potajes, promociones, descuentos, servicio, la atención personalizada por mas difícil y cualquier tipo de cliente sea tratar de darles lo que estan buscando y lograr que salgan del establecimiento sintiendo que recibieron un buen trato y disfrutaron un buen plato, de esta forma los ayudará que regresen con sus familiares, amigos y conocidos.

Tabla 5. Características de satisfacción al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021.

Los trabajadores cumplen adecuadamente con los requerimientos de los clientes: el 36.36% de los trabajadores manifestaron que en algunas veces cumplen adecuadamente con los requerimientos de los clientes, 22.73% indicaron cumplir con los requerimientos de los clientes muy pocas veces, 18.18% indicaron que casi siempre cumplen con los requerimientos de los clientes, el 13.64% manifestaron que nunca cumplen adecuadamente con los requerimientos de los clientes y solo el 9.09% indicaron que siempre cumplen adecuadamente con los requerimientos de los clientes (Tabla 5). De este resultado se puede visualizar que la minoría de los trabajadores cumplen con los requerimientos de los clientes, ellos buscan una atención rápida, comunicación eficaz, atención personalizada, ser tratados muy bien, hacer partícipes del producto incluso requieren premios.

Se enfocan en lograr una buena atención al cliente para lograr su satisfacción: el 50.00% de los trabajadores indicaron que algunas veces se enfocan en lograr una buena atención al cliente, el 22.73% indicaron que siempre enfocan en lograr una buena atención, 13.64% mencionaron casi siempre enfocarse en una buena atención al cliente y el 4.55% indicaron

que nunca se enfocan a una buena atención al cliente (Tabla 5). Esto demuestra que la minoría de los trabajadores se enfoca en lograr una buena atención al cliente cuando deberían ser la totalidad en enfocarse y lograr una buena atención, como conocer al cliente, personalizar la comunicación, escuchar y ofrecer platos del día y ser muy amables sin ninguna discriminación.

Brindan una atención rápida y oportuna: el 50.00% de los trabajadores mencionaron que algunas veces brindan una atención rápida y oportuna, 27.27% manifestaron que casi siempre brindan una atención rápida y oportuna, 18.18% indicaron que siempre brindan una atención rápida y oportuna y 4.55% manifestaron que muy pocas veces brindan una atención rápida y oportuna (Tabla 5). Esto demuestra que la mitad de los trabajadores se dedican a brindar una atención rápida y oportuna, mientras que la otra mitad están buscando cómo hacerlo, enfocarse en los empleados, invertir en recursos de aprendizaje ayudará a mejorar y estar atentos para recibir al cliente con un saludo alegre, ubicar en las mesas, ubicación cómoda, el ambiente agradable y entregar rápidamente la carta del menú. Esto ayudaría a prevalecer al empleador hacia los empleados y los empleados hacia los clientes.

VI. CONCLUSIONES

El 36.36% de los representantes de las micro y pequeñas empresas comunican a sus trabajadores para promover que se relacionen y se comprometan con sus objetivos empresariales, después de los resultados se puede decir que la minoría de los representantes no conocen la motivación laboral y por ende no manejan como debe su empresa y mucho menos a sus trabajadores, esto sucede cuando un personal va a su centro de trabajo posiblemente con muchas problemas personales y los dueños no están para ayudar psicológicamente y que comience su día con muchas energías, sucede talves por cuestiones económicos, se percibe que es importante la empatía en un restaurante de productos hidrobiológicos, tanto para dueños y mucho más para los trabajadores, por eso deben practicar constantemente, con eso mejoraría el ambiente laboral.

El 36.36% de los representantes de las micro y pequeñas empresas programa actividades para realizar reconocimientos por los logros obtenidos y para impulsar el rendimiento de los trabajadores es muy necesario reconocer los logros de los colaboradores por mínimos que sea, el personal cumplirá con sus funciones de forma eficiente mientras que tengan todas las herramientas necesarias de acuerdo el área que ocupa pero los resultados demuestran que la minoría de los representantes consideran lo mencionado.

En cuanto a la dirección del personal los resultados demuestran que solo el 36.36% de los representantes valoran el esfuerzo de cada personal, muy pocas veces consideran o hacen participes frente los problemas que se presentan dentro de la organización, estas acciones quita la voluntad de los colaboradores para dar con las respuestas dudas, inquietudes o punto de vista, pasan por alto la libre expresión de cada uno esto deja al lado el trabajo en equipo.

Sobre las características del servicio de atención al cliente, este resultado demuestra que el 36.36% de las empresas toman acciones para identificar los posibles problemas que se presentan dentro de los restaurantes de productos hidrobiológicos, esto dificulta para dar una pronta solución al problema o incomodidad que tienen los comensales, esto indica que las empresas no están cumpliendo con lo que ofrecen o prometen a sus clientes.

En cuanto las características de satisfacción del cliente, el resultado demuestra que el 50.00% de los trabajadores cumplen adecuadamente con los requerimientos de los clientes como la experiencia del personal directo con el cliente, pero no lo practican constantemente, el ambiente del restaurante la tecnología y una solución rápida, brindar una buena atención consiste en estar atentos en cada cliente no estar pendiente del celular, estar atentos a los pedidos, tener claro cada potaje y evitar confusiones.

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

Recomendaciones

Incrementar la participación de los trabajadores en la creación de las actividades y crear objetivos de la empresa, así ser partícipes y desarrollo de cada meta juntos en equipo, cuando los empleados se sientan entregados y comprometidos con la empresa se sentirán orgullosos a donde vayan.

Considerar a cada quien en su lugar, tomar en cuenta sus esfuerzos que dan día a día, implementar todas las herramientas necesarias, incluido las capacitaciones y el autodesarrollo de cada personal, saber dirigir a los trabajadores el momento de dar órdenes antes de ello coordinar entre todos, no excluir ni al conserge porque dentro de una empresa todos los trabajadores suman por el bien de la organización, incentivar a las personas de manera económica o emocional ayudará completar el día lleno de energías, quizá un bono en fiestas Patrias, en fiestas Navideñas y podría ser en el día de sus cumpleaños, incorporando los días de descanso, al cumplir el año dar vacaciones por quince días, de manera emocional brindando su mayor apoyo frente a las problemas personales, dar felicitaciones constantemente por cada logro que obtienen, honrar su puntualidad, responsabilidad y compromiso.

Brindar una buena actitud a cada cliente por más que no estén en un buen estado emocional, evitar la atención o servicio lento tienen que estar muy atentas en cada cliente no estar pendiente del celular u otras cosas que distrae a los trabajadores, si se presentara algún problema deben dar una solución de manera inmediato y si el personal no llega a dar una solución probablemente no es su vocación de ocupar el puesto, el representante se equivocó al seleccionar su personal, cuando un trabajador ya se sienta segura y gane

muchas experiencias estará listo para manejarlo a los cliente tóxico, pero ayudaría un trabajo en equipo y mucho compañerismo entre los trabajadores y el representante.

Buscar información en internet sobre el rubro que está manejando, eso le llevaría solo un poquito de tiempo no invertirá mucho dinero de paso llevar a la práctica todo lo aprendido, indicar a sus colaboradores los motivos fundamentales y de paso evaluarse para descartar los que no están sumando.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aguilera, L. (2020). *Procesos de gestión de unidades de informacion y distribucion turistica*. Málaga: iC.

Alejandro, W. (2020). La atención al cliente como factor relevante en la gestion de calidad y plan de mejora en las mypes. (*Tesis de titulación*). ULADECH-CATOLICA, Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/21133/ATENCION_AL_CLIENTE_CALIDAD_ALEJANDRO_REYES_WILLIAM_RICHARD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Aparicio, R. (2020). *Derechos a la libertad de informacion y expresion en el contrato de trabajo*. Barcelona: Bosch.

Arenal, C. (2019). *Gestión de la atención al cliente, consumidor y usuario*. . La Rioja - España: Tutor formación.

Arévalo, L. (2020). Propuesta de mejora de motivación laboral como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, San Martin - Perú. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/22732/MOTIVACION_LABORAL_MYPES_AREVALO_GUERRA_LUIS.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Arrabal, E. (2018). *Motivación*. España: Elearning S.L.

Bustamante, C. (2016). *Derechos fundamentales de la persona y relación de trabajo*. Lima: Fondo.

Castro, D. (2020). Gestion de calidad bajo enfoque de atencion al cliente y plan de mejora en MYPES. (*Tesis de licenciatura*). ULADECEH - CATÓLICA, Santa - Perú. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/xmlui/bitstream/handle/123456789/17522/ATENCION_CALIDAD_CASTRO_%20FLORIAN_%20DIEGO_%20ABRAHAM.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Castro, P. (2016). El papel de los valores hacia el trabajo en la motivación laboral y el desempeño de trabajadores de pymes. *Motivación laboral y el desempeño de trabajadores de pymes*. Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Bolivia. Obtenido de <https://repositorioinstitucional.uaslp.mx/xmlui/bitstream/handle/i/4070/MAD1PVH01016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cobos, J. (2015). Identificación de las brechas de competencias en atención al cliente para elaborar el plan de capacitación en la empresa Columbia Restaurante. (*tesis de titulación*). Universidad Central de Ecuador, Quito. Obtenido de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/7345/1/T-UCE-0007-219i.pdf>
- Cossio, M. (2020). Caracterización de la motivación laboral y satisfacción laboral de las pymes. (*Grado académico de Bachiller*). ULADECH - CATÓLICA, Tumbes-Perú. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/21730/SATISFACCION_LABORAL_COSSIO_%20ANASCO_%20MILAGROS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Curina, C., & Grassi, M. (2016). *El arte de dirigir*. Ireland: Vecchi.
- Delgado, A. (2016). *Como digitalizar tu empresa*. España: elsbm.
- El Tiempo. (01 de Octubre de 2021). como fortalecer la competitividad de las pymes para 2022. *Las micro, pequeñas y medianas empresas*, págs. <https://www.eltiempo.com/economia/sectores/que-son-las-pymes-y-cual-es-su-importancia-para-la-economia-del-pais-446922>.
- Ferro, J. (2020). *Una nueva fórmula para Incentivar al trabajador*. Barcelona: Amazon digital.
- Fischer, A. (2021). *Motivación a largo plazo*. EE.UU: Copyright.
- García, A. (2021). *sector gastronómico, inicio en el bicentenario del Perú*. Lima: conexionesan.
- Gil, J. (2016). *Técnicas e instrumentos para la recogida de información*. Madrid: copyright.

- Gil, J. (2020). *Fundamentos de atención al cliente*. España: Elearning S.L.
- Gonzales, F. (2014). *Servicio y atención al cliente en restaurante*. España: ideas propias.
- Gonzales, J., & Pérez, R. (2021). *Formación y orientación laboral*. España: 2da edición, paraninfo SA.
- Gonzales, Y. (2017). Calidad del servicio y lealtad del cliente en el restaurante don Rulo SAC. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo- Perú.
Obtenido de
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/9900/gonzalez_ly.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Gonzalez, N., Olgun, J., & Guzman, J. (2018). *El ing. los negocios y lamercado tecnia*. EE.UU: Copyringht.
- Gutierrez, S. (2019). Ordenes de trabajo para mejorar la atención al cliente e incrementar las ventas caso "empresa multiservic". (*Plan excepcional de titulación para antiguos estudiantes no graduados*). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz - Bolivia. Obtenido de
<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/23448/ML-2642.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Guzman, C. (10 de Abril de 2018). *La voz del emprendedor*. Obtenido de mypes: importancia para la economía peruana:
<https://pqs.pe/actualidad/economia/mypes-por-que-son-importantes-para-la-economia-peruana/>
- Hernandez, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación*. Mexico: Mexicana reg.
- Huanto, A. (2021). Capacitación al personal en atención al cliente y paquetes turísticos en la agencia de viajes "Bolivia Pachamama Travel". (*Tesis de Licenciatura*). Universidad Mayor de San Andrés, La Paz - Bolivia. Obtenido de
<https://repositorio.umsa.bo/bitstream/handle/123456789/26150/ML-618.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Jireh del Cid, Y. (2018). Calidad de los servicios y satisfacción del cliente en el restaurante pizza Burger Diner. (*Tesis de Licenciatura, en Mercadotecnia*). Universidad Rafael Landívar, Guatemala. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjrkd/2018/01/04/DelCid-Yasser.pdf>
- Lopez, D. (2018). Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del Restaurante Racy s. (*Grado académico de Magíster en administración de empresas*). Universidad Católica de Santiago, Guayaquil - Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/9867/1/T-UCSG-POS-MAE-160.pdf>
- Lopez, F. (2018). *Organización Administrativa y gestión terapéutica*. España: acci.
- Mariano, L. (2017). La motivación y el desempeño laboral de los trabajadores de la empresa Soluciones Ambientales Seguras. (*tesis de licenciatura*). Universidad Cesar Vallejo, Huaraz. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/13258/mariano_vl.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Martinez, S. (2021). *Dirección de entidades de intermediación turística*. España: Copyright.
- Mateos de Pablo, M. (2019). *Atención al cliente y la calidad de servicio*. Málaga-España: IC editor.
- Ministerio de Economía y Finanzas. (2020). *situación actual*. Brasil.
- Moya, L. (2018). *La empatía*. Barcelona: Plataforma.
- Muñoz, M. (2018). *Protocolo empresarial*. Madrid: Paraninfo SL.
- Napolitano, G. (2018). *Motivación en el ámbito laboral (caso procter y gamble)*. Lima: Babelcube inc.
- Ramirez, Y. (2019). Atención al cliente como factor relevante en la gestión de calidad y plan de mejora en las MYPES. (*Tesis de licenciatura*). ULADECH-CATÓLICA, Huarí - Perú. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14865/ATENCIO>

N_AL_CLIENTE_RAMIREZ_GARCIA_YDALIA_ROCIO.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Ramos, J., Del Águila, V., & Bazalar, A. (2020). *estadística básica para los negocios*. Lima: Fondo.
- Ramos, L. (2019). Motivación laboral y desarrollo de competencias en practicantes del área de A&B en restaurantes del centro financiero. (*Tesis de Licenciatura*). Universidad Cesar Vallejo, Lima - Perú. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/56482/Ramos_EL_F-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Robles, E. (2021). *El secreto de la experiencia laboral*. Mexico: progres.
- Rodriguez, Y. (2017). Gestion de calidad bajo el enfoque de atencion al cliente y la fidelizacion en las MYPES. (*Grado academico de Maestría*). ULADECEH - CATOLICA, Chimbote - Perú. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/2170/GESTION_CALIDAD_RODRIGUEZ_GALARRETA_YENNY_EUDOCIA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Roncaglia, A. (2017). *Pensamiento economico*. España: une.
- Rosas, D. (2019). Atencion al cliente como factor relevante en gestion de calidad y plan de mejora en las MYPES. (*Tesis de Licenciatura*). ULADECH - CATOLICA, Chimbote. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/14705/ATENCION_AL_CLIENTE_ROSAS_RUPAY_DEISY_MAYUMI.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Salazar, M. (2015). *Mypes generan un mayor empleo en America Latina*. Lima: Republica.
- Sanchez, M. (2017). Motivación y desempeño laboral del personal de la empresa Sanitel SRL. (*Tesis de licenciatura*). Universidad Cesar Vallejo, Huaraz. Obtenido de file:///C:/Users/NILAG~1/AppData/Local/Temp/sanchez_nm.pdf
- Sekulis, C. (2017). *un gigante lleno de atractivo para los mypes*. Alemania.

- Serrano, J. (2017). *Comunicación y atención al cliente*. España: Copyrinhgt.
- shlomo ben hur, N. (2019). *cambiando el comportamiento de los empleados*. España: reverte sa.
- Solano, E. (2017). *Cuanta razon tienen el cliente* . Mexico: edition.
- Sum, M. (2015). Motivacion y desempeño laboral. (*Tesis de Licenciatura*). Uniersidad Rafael Landívar, Guatemala. Obtenido de <http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2015/05/43/Sum-Monica.pdf>
- Vallejo , G., & Sanchez , F. (2017). *Servicio con pasion* . Colombia: House group.
- Vidal, C. (2020). *Atención al cliente como factor relevante para la gestion de calidad*. ULADECH - CATOLICA, Chimbote. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/17452>
- Zeballos, L. (2020). Motivación laboral en las mypes, cevicherias. (*Tesis de Licenciatura*). ULADECH- CATÓLICA, Ayacucho - Perú. Obtenido de http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/18311/INCENTIVOS_LIDERAZGO_Y_MOTIVACION_LABORAL_ZEVALLOS_CONDE_LITMAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y

ANEXOS

Anexo 1. Cronograma de actividades

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

Anexos 2. Presupuestos

Presupuesto desembolsable (estudiante)			
Categoría	Base	% o Número	Total (s/.)
Suministros (*)			
- impresiones	S/ 30.00	4	S/ 120.00
- fotocopias	S/ 35.00	4	S/ 140.00
- Empastado	S/ 70.00	1	S/ 70.00
-Papel bond A-4 (500 hojas)	S/ 15.00	2	S/ 30.00
- Lapiceros	S/ 5.00	1	S/ 5.00
servicios			
- Uso de Turnitin	S/ 50.00	2	S/ 100.00
sub total			S/ 465.00
Gastos de viaje			
- Pasajes para recolectar información	S/ 20.00	2	S/ 40.00
sub total			S/ 40.00
Total, de presupuesto desembolsable			S/ 505.00
Presupuesto no desembolsable (Universidad)			
Categoría	Base	% o Número	Total (s/.)
Servicios			
- Uso de internet (Laboratorio de aprendizaje Digital - LAD)	S/ 30.00	4	S/ 120.00
- Búsqueda de información en base de datos	S/ 35.00	2	S/ 70.00
- Soporte informático (Módulo de investigación del ERP University-MOIC)	S/ 40.00	4	S/ 160.00

Categoría	Base	% o número	Total (s/.)
-Publicación del artículo en repositorio institucional	S/ 50.00	1	S/ 50.00
sub total			S/ 400.00
Recurso Humano			
- Asesor personalizada (5 horas por semana)	S/ 63.00	4	S/ 252.00
Sub total			S/ 252.00
Total, de presupuesto no desembolsado			S/ 652.00
Total			S/ 652.00

Anexo 3. Consentimiento informado



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS

(Ciencias Sociales)

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia. La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos de av. Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021 y es dirigido por Gutierrez Lliuya, Nylla Hilda, investigadora de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Conocer las características de motivación laboral y atención al cliente para luego proporcionar un plan de mejora que ayude a las empresas corregir algunas dificultades que puedan tener en su gestión mediante la utilización del plan de mejora que se le proporcionará.

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

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del celular 989770309. Si desea, también podrá escribir al correo nyllitagutierrez@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote. Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: Raquel Martel Pitancourt

Fecha: 20 - 07 / 2022

Correo electrónico: raquelmartel (@) gmail . com

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

Anexo 4. Instrumento de recolección de datos



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES
CHIMBOE

Cuestionario se aplicará a los trabajadores sobre motivación laboral y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos en el distrito de Huaraz.

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

Respecto a la variable motivación laboral

	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
Nº	Ítems				Alternativas
V1: Motivación laboral					
D1: motivación (identificarse con la empresa, empatía)					
1	¿La empresa comunica a sus trabajadores para promover que se relacionen y se comprometan con sus objetivos empresariales?				1 2 <input checked="" type="checkbox"/> 4 5
2	¿Considera usted que la empatía es importante, practicas constantemente en tu trabajo?				1 2 <input checked="" type="checkbox"/> 4 5
D2: impulsar (incentivar, herramientas)					
3	¿La empresa programa actividades para realizar reconocimientos públicos por los logros obtenidos por sus trabajadores?				1 <input checked="" type="checkbox"/> 3 4 5
4	¿Tienes todas las herramientas necesarias para cumplir con tus funciones?				1 2 3 <input checked="" type="checkbox"/> 5
D3: Dirigir (madurez, experiencia, voluntad)					
5	¿En tu trabajo valoran su progreso a consecuencia de los constantes aprendizajes obtenidos?				1 <input checked="" type="checkbox"/> 3 4 5
6	¿En su centro laboral consideran su experiencia para resolver problemas que se presenten?				1 <input checked="" type="checkbox"/> 3 4 5
7	¿En la empresa se promueve en recompensar la voluntad que demuestra en el trabajo?				1 <input checked="" type="checkbox"/> 3 4 5
D4: Expresión (expresión)					
8	¿Usted tiene la libertad de expresar su incomodidad o punto de vista?				<input checked="" type="checkbox"/> 2 3 4 5

Respecto a la variable atención al cliente

	Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
Nº	Ítems				Alternativas
V2: atención al cliente					
D1: Servicio (acciones, soluciones, cumplir el requerimiento)					
9	¿La empresa toma acciones para identificar los posibles problemas presentados en la atención al cliente?				1 2 3 4 5
10	¿Cuándo un cliente presenta un reclamo se le brinda una pronta solución al problema?				1 2 3 4 5
11	¿La empresa cumple con lo prometido a sus clientes?				1 2 3 4 5
D2: Satisfacción (Satisfacer las necesidades, dedicación, rapidez)					
12	¿Usted cumple adecuadamente con los requerimientos del cliente?				1 2 3 4 5
13	¿Se enfoca en lograr una buena atención al cliente para lograr su satisfacción?				1 2 3 4 5
14	¿Usted brinda una atención rápida y oportuna al cliente?				1 2 3 4 5

Anexo 5. Validación de los expertos

EXPERTO 1

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES:

- 1.1. Apellidos y Nombres: Norabuena Mendoza, César Hernán
- 1.2. Grado Académico: Magister en administración de negocios (MBA)
- 1.3. Profesión: Licenciado en administración
- 1.4. Institución donde labora: UCV
- 1.5. Cargo que desempeña: Docente a tiempo parcial
- 1.6. Denominación del instrumento: Cuestionario
- 1.7. Autor del instrumento: Gutiérrez Lliuya, Nylla Hilda
- 1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACION:

Ítems correspondientes al instrumento 1: Variable motivación laboral

Nº de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: motivación (identificarse con la empresa, empatía)							
1. ¿La empresa comunica a sus trabajadores para promover que se relacionen y se comprometan con sus objetivos empresariales?	X		X		X		
2. ¿La empresa muestra interés de manera inmediata ante las diversas dificultades que puedan presentar sus trabajadores?	X		X		X		
Dimensión 2: impulsar (incentivar, herramientas)							
3. ¿La empresa programa actividades para realizar reconocimientos públicos por los logros obtenidos por sus trabajadores?	X		X		X		
4. ¿La empresa te proporciona el mobiliario, equipo y los útiles de escritorio necesarios para realizar sus funciones?	X		X		X		

D3: Dirigir (madurez, experiencia, voluntad)							
5. ¿En tu trabajo valoran su progreso a consecuencia de los constantes aprendizajes obtenidos?	X		X		X		
6. ¿En su centro laboral consideran su experiencia para resolver problemas que se presenten?	X		X		X		
7. ¿En la empresa se promueve en recompensar la voluntad que demuestra en el trabajo?	X		X		X		
D4: Expresión (expresión)							
8. ¿La empresa le da un espacio para tener la libertad de emitir una opinión para una mejora requerida?	X		X		X		

Ítems correspondientes al instrumento 2: variable atención al cliente

Nº de Ítem	Validez de contenido		Validez de Constructo		Validez de criterio		Observaciones
	Ítem corresponde a alguna dimensión de a la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a las sujetas en las categorías establecidas.		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
D1: Servicio (acciones, soluciones, cumplir el requerimiento)							
1. ¿La empresa toma acciones para identificar los posibles problemas presentados en la atención al cliente?	X		X		X		
2. ¿La empresa programa capacitaciones para que el personal pueda solucionar al presentarse problemas con el cliente?	X		X		X		
3. ¿La empresa controla que el personal cumpla con entregar todo lo solicitado por el cliente?	X		X		X		
D2: Satisfacción (Satisfacer las necesidades, dedicación, rapidez)							
4. ¿El personal de la empresa cumple estrictamente con el proceso de atención al cliente?	X		X		X		
5. ¿El personal de la empresa se muestra decidido por brindar	X		X		X		

una muy buena atención al cliente?							
6. ¿El personal de la empresa muestra el interés necesario para atender con la mayor rapidez posible al cliente?	X		X		X		

Otras observaciones generales:



Firma

Apellidos y nombres del experto

DNI:43278157

CLAD: N° 04634

EXPERTO 2

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES:

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

II. VALIDACION:

Ítems correspondientes al instrumento 1: Variable 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: motivación (identificarse con la empresa, empatía)							
1. ¿Usted se identifica con la insignia de la empresa?	X		X		X		
2. ¿La empresa genera en el trabajador el sentido de pertenencia?	X		X		X		
Dimensión 2: impulsar (incentivar, herramientas)							
3. ¿Esta empresa se toma el tiempo para celebrar su éxito e incentivar su logro?	X		X		X		
4. ¿Tienes todas las herramientas necesarias para cumplir con tus funciones?	X		X		X		
D3: Dirigir (madurez, experiencia, voluntad)							
5. ¿A su parecer, siempre actúan con madurez frente a los clientes?	X		X		X		
6. ¿Crees que tienes una experiencia suficiente para relacionarte con los clientes?	X		X		X		
7. ¿En algún momento han tratado de quitarte la voluntad de seguir	X		X		X		

trabajando para el bienestar de la empresa?							
D4: Expresión (expresión)							
8. ¿Usted tiene la libertad de expresar su incomodidad o punto de vista?	X		X		X		

Ítems correspondientes al instrumento 2: variable atención al cliente

N° de ítem	Validez de contenido		Validez de Constructo		Validez de criterio		Observaciones
	Ítem corresponde a alguna dimensión de a la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a las sujetas en las categorías establecidas.		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
D1: Servicio (acciones, soluciones, cumplir el requerimiento)							
1. ¿Qué acciones realiza la empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes?	X		X		X		
2. ¿Cuándo un cliente presenta un reclamo se le brinda una pronta solución al problema?	X		X		X		
3. ¿La empresa cumple con lo prometido a sus clientes?	X		X		X		
D2: Satisfacción (Satisfacer las necesidades, dedicación, rapidez)							
4. ¿Usted cumple adecuadamente con los requerimientos del cliente?	X		X		X		
5. ¿Se enfoca en lograr una buena atención al cliente para lograr su satisfacción?	X		X		X		
6. ¿Usted brinda una atención rápida y oportuna al cliente?	X		X		X		

Otras observaciones generales:


Mg. José Eugenio Morillo Campos
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN
CLAD N° 01359

Firma

Apellidos y nombres del experto

DNI: 33263862

CLAD: N° 01359

EXPERTO 3

INFORME DE OPINION DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACION

I. DATOS GENERALES:

1.1. Apellidos y Nombres: Limo Vásquez Miguel Ángel

1.2. Grado Académico: Magister

1.3. Profesión: Licenciado en administración

1.4. Institución donde labora: Uladech

1.5. Cargo que desempeña: Docente

1.6 Denominación del instrumento: Cuestionario

1.7. Autor del instrumento: Gutiérrez Lliuya, Nylla Hilda

1.8. Carrera: Administración

II. VALIDACION:

Ítems correspondientes al instrumento 1: Variable motivación laboral

Nº de Ítem	Validez de contenido		Validez de constructo		Validez de criterio		Observaciones
	El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas.		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
Dimensión 1: motivación (identificarse con la empresa, empatía)							
1. ¿Usted se identifica con la insignia de la empresa?							
2. ¿Considera usted que la empatía es importante en atención al cliente?							
Dimensión 2: impulsar (incentivar, herramientas)							
3. ¿Esta empresa se toma el tiempo para celebrar su éxito e incentivar su logro?							
4. ¿Tienes todas las herramientas necesarias para cumplir con tus funciones?							
D3: Dirigir (madurez, experiencia, voluntad)							
5. ¿A su parecer, siempre actúan con madurez frente a los clientes?							
6. ¿Crees que tienes una experiencia suficiente para relacionarte con los clientes?							

7. ¿En algún momento han tratado de quitarte la voluntad de seguir trabajando para el bienestar de la empresa?							
D4: Expresión (expresión)							
8. ¿Usted tiene la libertad de expresar frente cualquier incomodidad o punto de vista?							

Ítems correspondientes al instrumento 2: variable atención al cliente

Nº de ítem	Validez de contenido		Validez de Constructo		Validez de criterio		Observaciones
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
	Ítem corresponde a alguna dimensión de a la variable.		El ítem contribuye a medir el indicador planteado.		El ítem permite clasificar a las sujetas en las categorías establecidas.		
D1: Servicio (acciones, soluciones, cumplir el requerimiento)							
1. ¿Qué acciones realiza la empresa para satisfacer las necesidades de sus clientes?							
2. ¿Cuándo a un cliente se le presenta un problema les da solución a sus problemas con eficiencia?							
3. ¿La empresa cumple con lo prometido a sus clientes?							
D2: Satisfacción (Satisfacer las necesidades, dedicación, rapidez)							
4. ¿Usted dio el cumplimiento requerido a los clientes?							
5. ¿Dedica su tiempo al cliente durante la atención?							
6. ¿Con cuan rapidez atiende a los clientes?							

Otras observaciones generales:



Firma

Anexo 6. Hoja de tabulación

En cuanto a la variable 1 motivación laboral

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Trabajador informado y se compromete con los objetivos empresariales	Nunca	II	2	9.09
	Muy pocas veces	IIIIII	6	27.27
	Algunas veces	IIIIIIII	8	36.36
	Casi siempre	II	2	9.09
	Siempre	III	4	18.18
	Total		22	100.00
Consideran que la empatía es importante y practican	Nunca	II	2	9.09
	Muy pocas veces	IIII	5	22.73
	Algunas veces	IIIIIIII	8	36.36
	Casi siempre	III	4	18.18
	Siempre	III	3	13.64
	Total		22	100.00
La empresa realiza reconocimientos por los logros	Nunca	IIII	5	22.73
	Muy pocas veces	IIIIIIII	8	36.36
	Algunas veces	IIII	5	22.73
	Casi siempre	II	2	9.09
	Siempre	II	2	9.09
	Total		22	100.00
Tienen las herramientas necesarias	Nunca	II	2	9.09
	Muy pocas veces	I	1	4.55
	Algunas veces	IIIIII	6	27.27
	Casi siempre	IIIIIIII	8	36.36
	Siempre	IIII	5	22.73
	Total		22	100.00
Valoran su progreso de aprendizajes obtenidas	Nunca	III	3	13.64
	Muy pocas veces	IIIIIIII	7	31.82
	Algunas veces	IIIIII	6	27.27
	Casi siempre	III	3	13.64
	Siempre	III	3	13.64
	Total		22	100.00
Consideran su experiencia para resolver problemas	Nunca	IIII	5	22.73
	Muy pocas veces	IIIIIIII	8	36.36
	Algunas veces	IIIIII	7	31.82
	Casi siempre	II	2	9.09
	Siempre		0	0.00
	Total		22	100.00
Recompensan la voluntad que demuestra en el trabajo	Nunca	III	4	18.18
	Muy pocas veces	IIIIIIII	7	31.82
	Algunas veces	IIIIIIII	8	36.36
	Casi siempre	III	3	13.64
	Siempre		0	0.00
	Total		22	100.00
Tiene la libertad de expresar su incomodidad o una idea	Nunca	III	4	18.18
	Muy pocas veces	IIIIIIII	8	36.36
	Algunas veces	IIIIII	7	31.82
	Casi siempre	III	3	13.64
	Siempre		0	0.00
	Total		22	100.00

En cuanto a la variable 2 atención al cliente

Preguntas	Respuestas	Tabulación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa
Toma acciones frente las posibles problemas presentados en la atención	Nunca		0	0.00
	Muy pocas veces	IIIIIIII	7	31.82
	Algunas veces	IIIIIIII	8	36.36
	Casi siempre	III	3	13.64
	Siempre	IIII	4	18.18
	Total		22	100.00
Un cliente presenta reclamo le brinda una pronta solución	Nunca	III	3	13.64
	Muy pocas veces	IIIIII	5	22.64
	Algunas veces	IIIIIIIIII	10	45.45
	Casi siempre	I	1	4.55
	Siempre	III	3	13.64
	Total		22	100.00
La empresa cumple con lo prometido a su cliente	Nunca	I	1	4.55
	Muy pocas veces	III	3	13.64
	Algunas veces	IIIIIIIIIIII	13	59.09
	Casi siempre	I	1	4.55
	Siempre	IIII	4	18.18
	Total		22	100.00
Cumple adecuadamente con los requerimientos del cliente	Nunca	II	3	13.64
	Muy pocas veces	IIIIII	5	22.73
	Algunas veces	IIIIIIII	8	36.36
	Casi siempre	IIII	4	18.18
	Siempre	II	2	9.09
	Total		22	100.00
Se enfoca en lograr una buena atención	Nunca	I	1	4.55
	Muy pocas veces	II	2	9.09
	Algunas veces	IIIIIIIIII	11	50.00
	Casi siempre	III	3	13.64
	Siempre	IIII	5	22.73
	Total		22	100.00
Brinda una atención rápida y oportuna	Nunca		0	0.00
	Muy pocas veces	I	1	4.55
	Algunas veces	IIIIIIIIII	11	50.00
	Casi siempre	IIIIII	6	27.27
	Siempre	IIII	4	18.18
	Total		22	100.00

Anexo 7. Figuras

Características y acciones de motivación laboral en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos av. A. Raymondi distrito de Huaraz, 2021

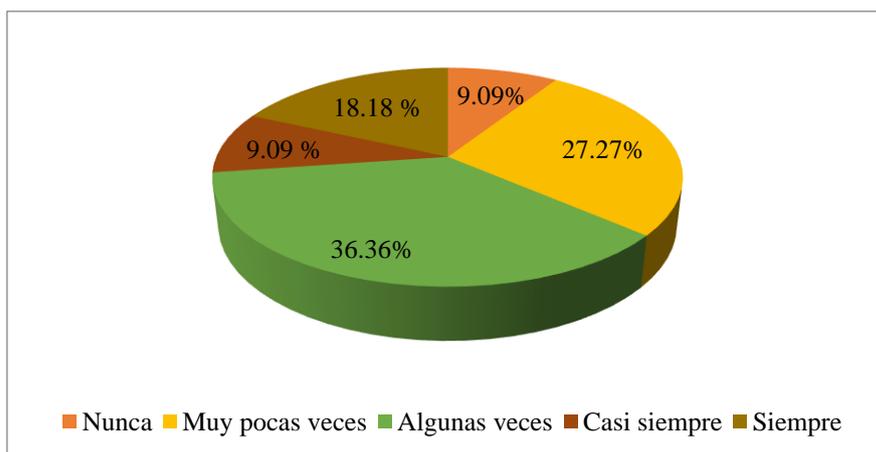


Figura 1. Trabajadores informados y comprometidos con los objetivos de la empresa

Fuente. Tabla 1

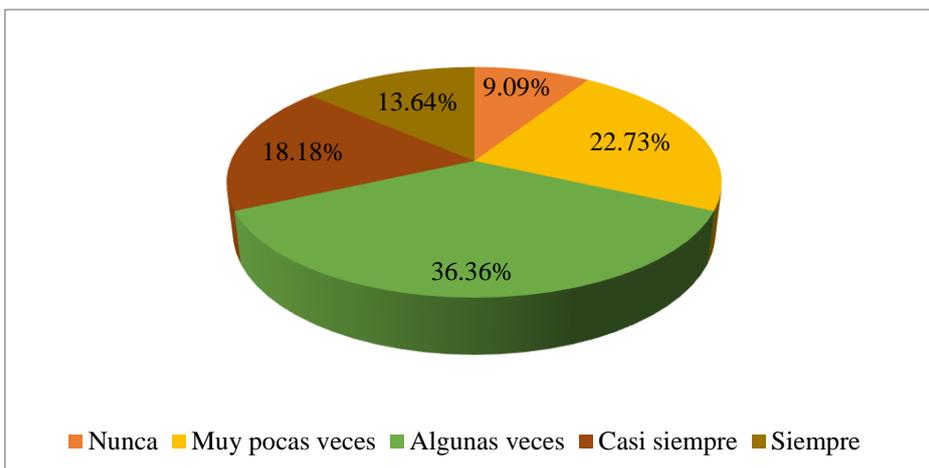


Figura 2. Consideran que la empatía es importante y practican

Fuente. Tabla 1

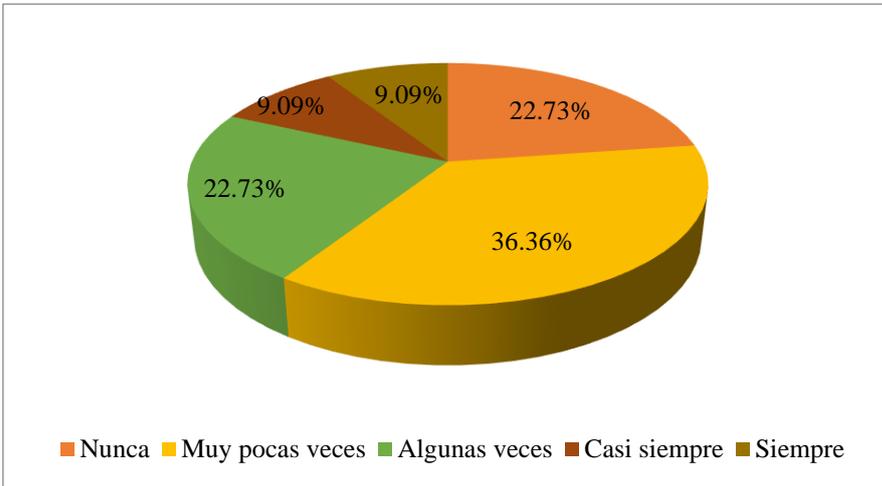


Figura 3. La empresa realiza reconocimientos por los logros

Fuente. Tabla 2

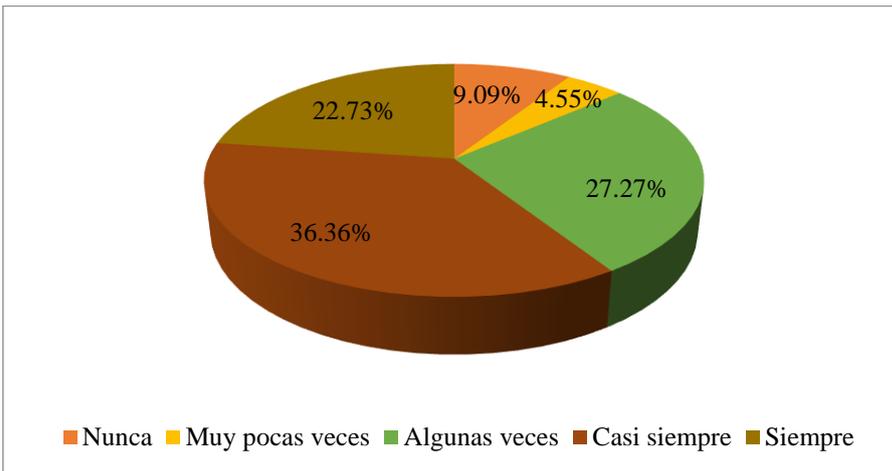


Figura 4. Tienen las herramientas necesarias

Fuente. Tabla 2

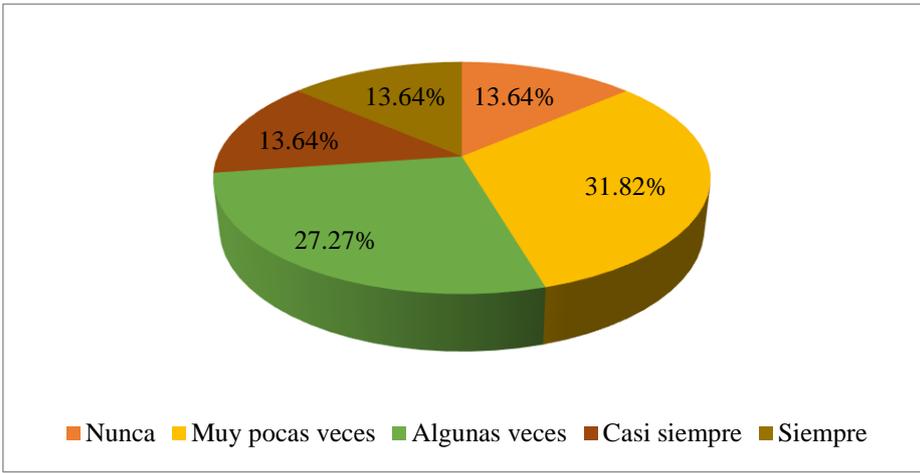


Figura 5. Valoran sus aprendizajes obtenidos

Fuente. Tabla 3

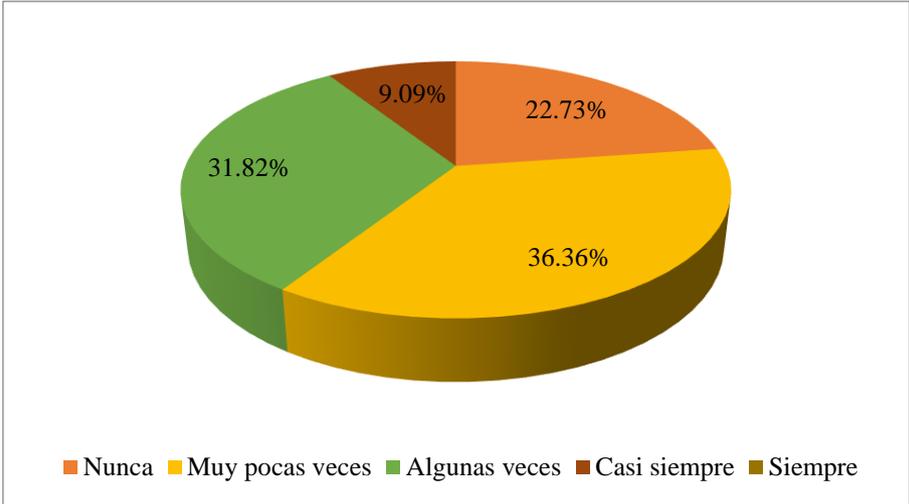


Figura 6. Consideran su experiencia para resolver problemas

Fuente. Tabla 3

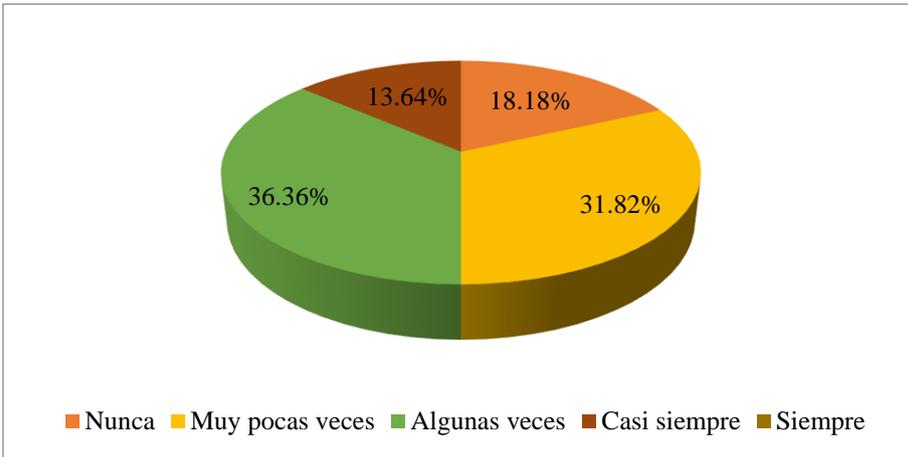


Figura 7. Recompensan la voluntad que demuestran en el trabajo

Fuente. Tabla 3

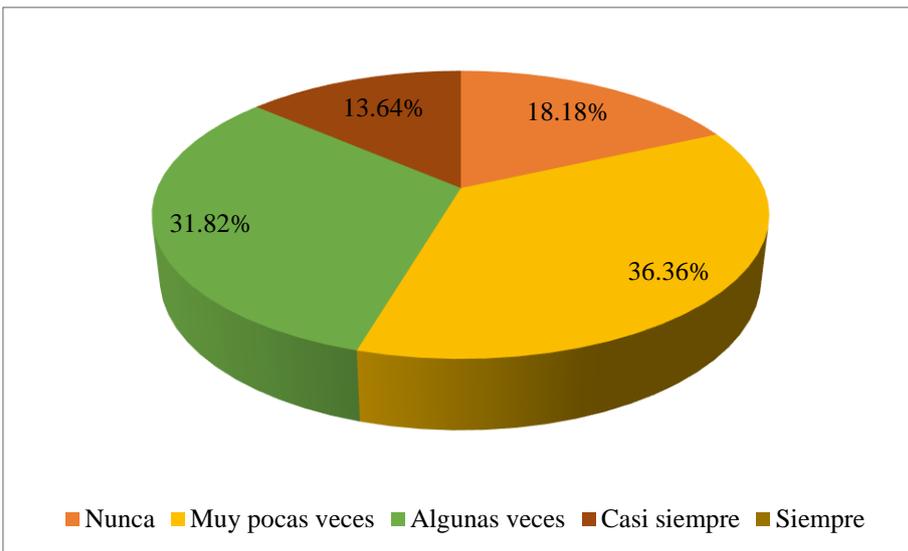


Figura 8. Tienen la libertad de expresarse su incomodidad y punto de vista

Fuente. Tabla 3

Características de atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro restaurantes de productos hidrobiológicos en la avenida Antonio Raymondi, distrito de Huaraz, 2021

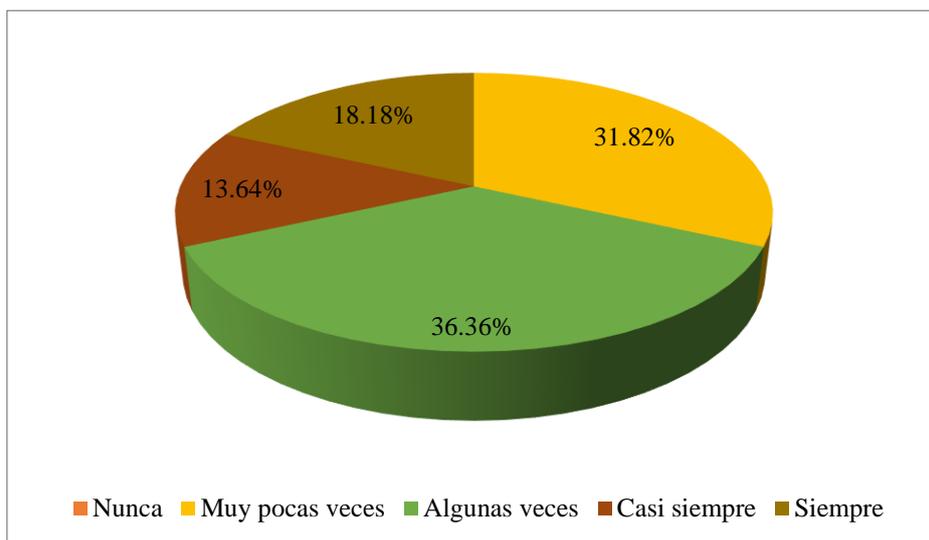


Figura 9. Acciones frente a posibles problemas presentados en la atención

Fuente. Tabla 4

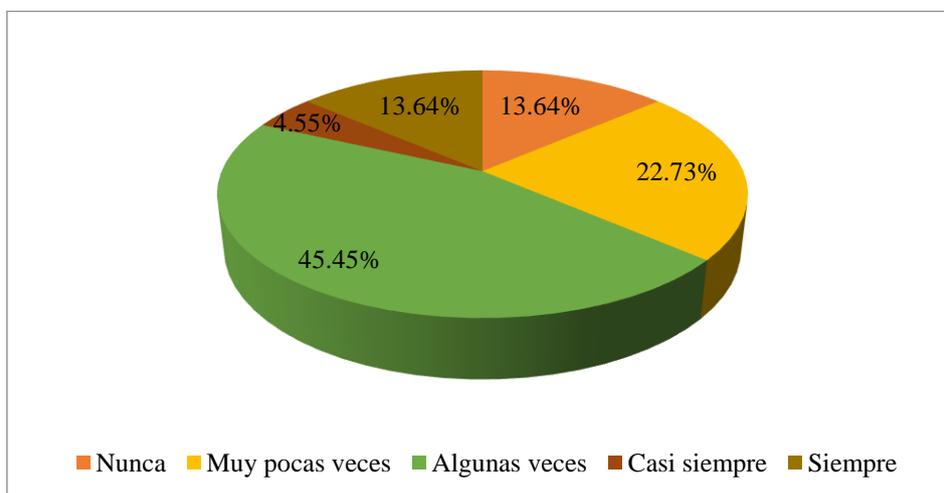


Figura 10. Cuando los clientes presentan reclamo le brindan una pronta solución

Fuente. Tabla 4

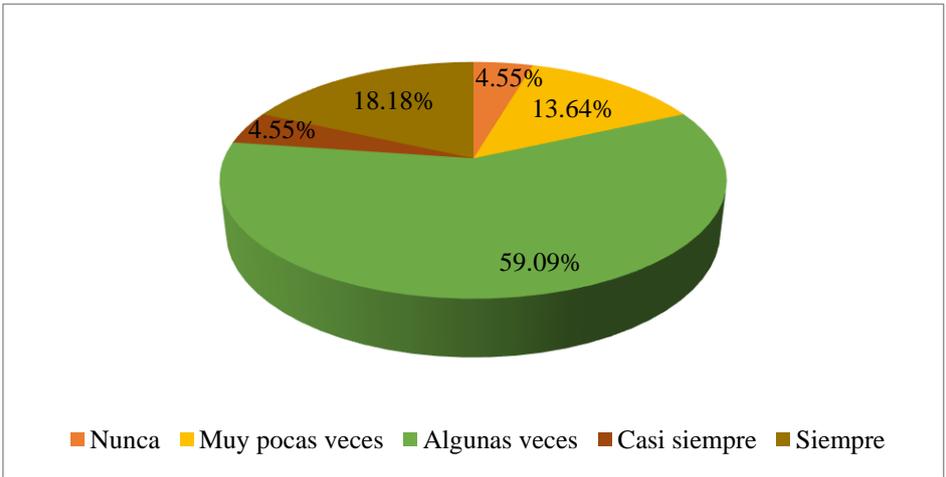


Figura 11. La empresa cumple con lo prometido a sus clientes

Fuente. Tabla 4

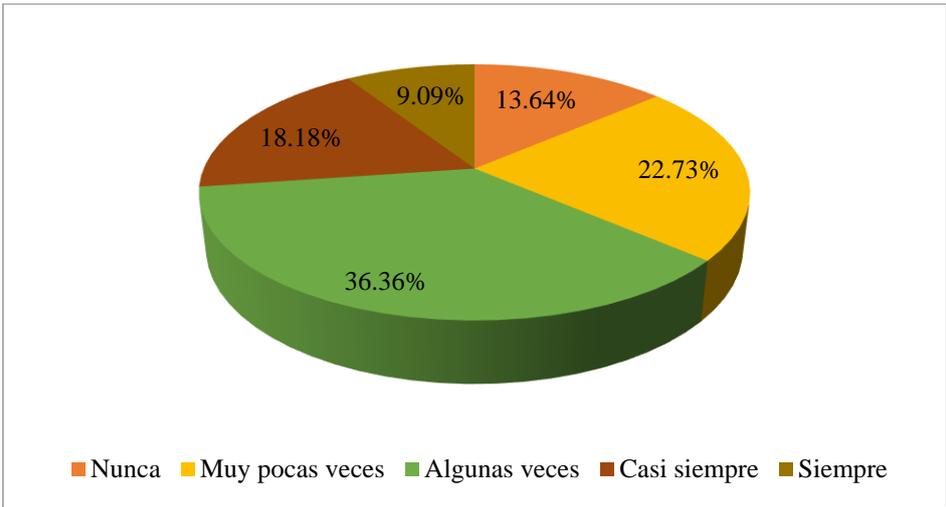


Figura 12. Cumple adecuadamente con los requerimientos del cliente

Fuente. Tabla 5

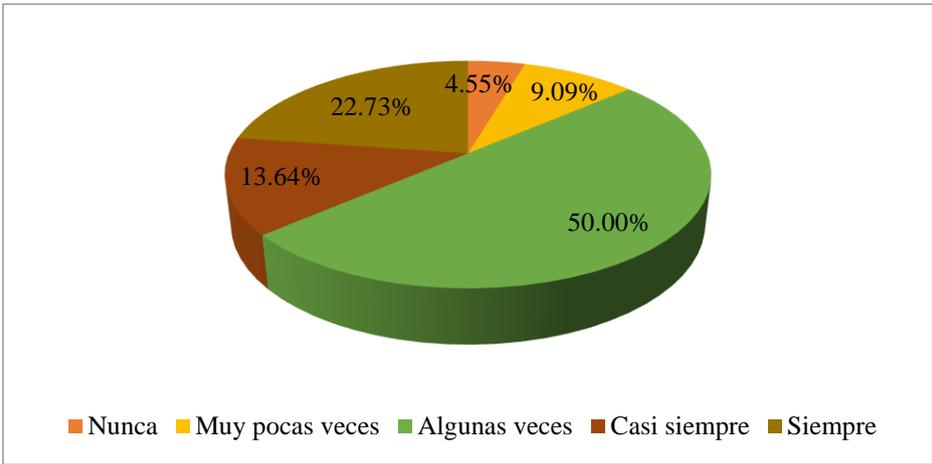


Figura 13. Se enfocan en lograr una buena atención

Fuente. Tabla 5

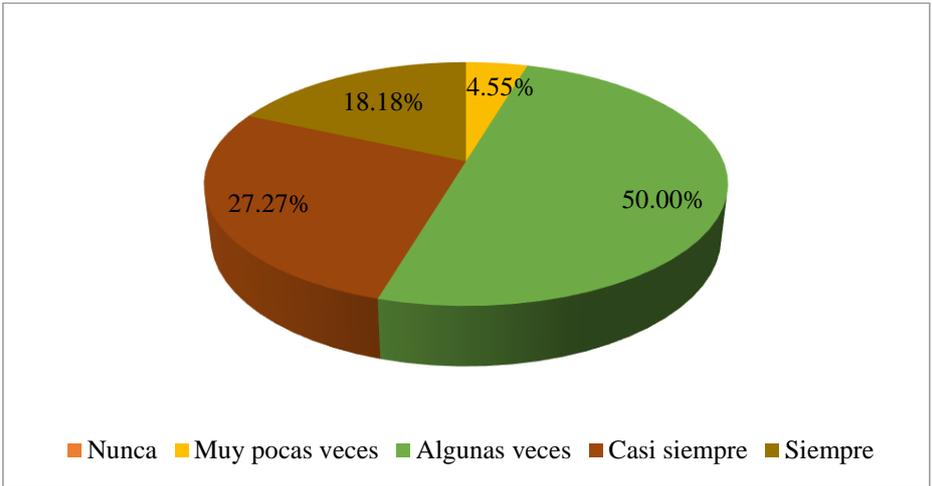


Figura 14. Brinda una atención rápida y oportuna

Fuente. Tabla 5