



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN
GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN
AL CLIENTE EN LA EMPRESA FERRETERA
CONSTRUREC S.A.C. DISTRITO DE SAN IGNACIO,
CAJAMARCA, 2023**

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

AUTORA

**MEJIA ROJAS, CESARINA
ORCID: 0000-0002-9200-5030**

ASESOR

**CENTURIÓN MEDINA REINERIO ZACARÍAS
ORCID: 0000-0002-6399-5928**

Ayacucho-Perú

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0063-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **21:00** horas del día **08** de **Enero** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34°, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL Presidente
ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA Miembro
LLENQUE TUME SANTOS FELIPE Miembro
Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA FERRETERA CONSTRUREC S.A.C. DISTRITO DE SAN IGNACIO, CAJAMARCA, 2023**

Presentada Por :
(3111181062) **MEJIA ROJAS CESARINA**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **14**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el **TITULO PROFESIONAL** de **Licenciada en Administración**.

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

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
Presidente

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA
Miembro

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Miembro

Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: **GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA FERRETERA CONSTRUREC S.A.C. DISTRITO DE SAN IGNACIO, CAJAMARCA, 2023** Del (de la) estudiante **MEJIA ROJAS CESARINA** , asesorado por **CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS** se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 0% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

Por lo tanto, dichas coincidencias detectadas no constituyen plagio y la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

Cabe resaltar que el turnitin brinda información referencial sobre el porcentaje de similitud, más no es objeto oficial para determinar copia o plagio, si sucediera toda la responsabilidad recaerá en el estudiante.

Chimbote, 14 de Febrero del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

DEDICATORIA

A Dios, ya que gracias a él he podido lograr concluir mi carrera, a mis padres porque ellos siempre estuvieron a mi lado brindándome su apoyo incondicional y sus consejos para hacer de mí una mejor persona cada día, a mis hermanos y en especial a mi hermana DEYSI MEJÍA ROJAS aunque no esté físicamente con nosotros, sé que desde el cielo siempre me cuida y me guía para que todo salga bien en la vida, a mis amigos, compañeros, y a todas aquellas personas que de una u otra manera contribuyeron en el logro de mis objetivos.

A todos aquellos que han sido una parte importante en mi camino académico y personal. A mis padres, por su amor incondicional y por creer en mí. Por sus sacrificios y apoyo constante que me han dado durante mi carrera, siendo ellos pieza clave de mi éxito. A mis docentes por su dedicación y pasión por la enseñanza, sobre todo, por guiarme en mi camino. A mis compañeras, por sus risas y el estudio porque me enseñaron el don de la perseverancia cuando sentía que ya no daba para más. A mi querida Alma Mater y a todas las personas que la conforman, les agradezco desde el fondo de mi corazón. No podría haber llegado hasta aquí sin su apoyo.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer en primer lugar a Dios porque me ha dado el don de la perseverancia para alcanzar mi meta soñada. A la Universidad que me abrió sus puertas para ser mejor persona y buena profesional. A los docentes que con el pasar de los años se convirtieron en mi ejemplo a seguir. A mis compañeros y compañeras que compartimos las aulas presenciales y virtuales, en las cuales vivimos buenos y malos momentos que se solo se viven en la Universidad y que con algunos más que compañeros nos convertimos en grandes amigos.

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA	I
ACTA DE SUSTENTACIÓN	II
CONSTANCIA DE EVALUACION DE ORIGINALIDAD	III
DEDICATORIA	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
ÍNDICE GENERAL.....	VI
LISTA DE TABLAS.....	VII
LISTA DE FIGURAS	VIII
RESUMEN.....	IX
ABSTRACT	X
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	1
II. MARCO TEÓRICO	4
2.1. Antecedentes	4
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	18
2.3. Hipótesis.....	27
III. METODOLOGÍA	28
3.1. Nivel, Tipo y Diseño de la investigación	28
3.2. Población y muestra.	29
3.3. Variables, Definición y Operacionalización	30
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información.....	31
3.5. Método de análisis de datos	31
3.6. Aspectos éticos.....	32
IV. RESULTADOS.....	33
V. CONCLUSIONES	57
VI. RECOMENDACIONES	58
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
ANEXOS.....	64
Anexo 01: Matriz de consistencia	64
Anexo 02: instrumento de recolección de información.....	65
Anexo 03: Validez del instrumento.....	66
Anexo 04: Confiabilidad del instrumento	75
Anexo 05: Formato de consentimiento informado.....	77
Anexo 06: Documento de aprobación.....	80
Anexo 07: Evidencias de ejecución	81

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 <i>Características de la gestión de calidad en la empresa ferretería Construrec S.A.C</i>	33
Tabla 2 <i>Características de la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C</i>	36
Tabla 3 <i>Propuesta de mejora de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C</i>	39

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 *Características de la gestión de calidad en la empresa ferretería Construrec S.A.C* 35

Figura 2 *Características de la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C* 38

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023. Y como metodología de investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental – transversal; se utilizó una población muestral de 10 trabajadores; a los cuales se les hizo una encuesta a través de un cuestionario con 20 preguntas; obteniéndose los siguientes principales resultados: el 40% indican que siempre se maneja una política de calidad para el cumplimiento de las tareas, el 40% aseguran que casi siempre se planifican los objetivos de la calidad, el 40% manifiestan que a veces los productos son diseñados y desarrollados adecuadamente, el 50% indican que a veces se tiene definido el mercado objetivo, el 40% aseguran que siempre se brindan una atención personalizada a los clientes, el 40% afirman que a veces se busca información de las necesidades del cliente, el 50% mencionan que siempre la comunicación verbal con el cliente es clara y concisa. En conclusión, la política de calidad de la empresa y la mayoría de las tareas se realizan según lo planificado; pero la empresa puede mejorar, el diseño y desarrollo de productos y la satisfacción del cliente, mediante auditorías internas y acciones correctivas. Asimismo, la atención personalizada y la comunicación con el cliente es buena; pero podría mejorar, en definir el mercado objetivo, la imagen del personal y el buscar información de las necesidades de los clientes.

Palabras clave: atención al cliente, gestión de calidad, satisfacción del cliente.

ABSTRACT

The general objective of the research was: Determine the characteristics of quality management to improve customer service in the hardware company Construrec S.A.C. district of San Ignacio, Cajamarca, 2023. And as a quantitative research methodology, descriptive level and non-experimental – transversal design; A sample population of 10 workers was used; to whom a survey was done through a questionnaire with 20 questions; obtaining the following main results: 40% indicate that a quality policy is always managed for the fulfillment of tasks, 40% assure that quality objectives are almost always planned, 40% state that sometimes the products are properly designed and developed, 50% indicate that sometimes the target market is defined, 40% assure that personalized attention is always provided to clients, 40% affirm that sometimes information is sought about the client's needs, 50% mention that verbal communication with the client is always clear and concise. In conclusion, the company's quality policy and most tasks are carried out as planned; but the company can improve product design and development and customer satisfaction through internal audits and corrective actions. Likewise, the personalized attention and communication with the client is good; but it could improve in defining the target market, the image of the staff and seeking information on customer needs.

Keywords: customer service, quality management, customer satisfaction.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad las MYPEs muestran como su principal realidad el desarrollo económico dentro de cada país, por ello la gestión de calidad dentro de las empresas hacia sus trabajadores, es considerado como las principales respuestas a aquellas necesidades que siempre muestran las instituciones de poder contratar y contar con personal calificado ya que ello les ayuda mucho en el crecimiento de las instituciones, la atención al cliente es muy importante en las instituciones porque ello también va de la mano con la gestión de calidad, en la actualidad se muestra que dentro de su centro de labor, los trabajadores gracias a la gestión de calidad tienen la facilidad de poder desenvolverse en las áreas requeridas por las instituciones.

Podemos manifestar que hoy en día las MYPES han sufrido grandes cambios donde muchas de ellas quebraron y por lo tanto tuvieron que cerrar sus negocios. Por otro lado, el desempleo no se quedó atrás; debido a que algunas MYPES se cerraron y muchos de los trabajadores se quedaron sin empleo. Sin embargo, algunas de las empresas han fracasado mucho más antes de que se dé la COVID 19, todo ello se dio por muchos factores; siendo uno de ellos la atención a los clientes y es por ello que quedan insatisfechos con la atención brindada por dichas empresas. En tal sentido es importante mejorar la atención al cliente donde está orientada a desarrollar la gestión de calidad, por ende, se debe aplicar diversas estrategias y herramientas para lograr mejorar el crecimiento en las MYPES.

A nivel internacional, en Europa, algunos de los problemas de gestión de calidad europeos más comunes son: Documentación excesiva. El exceso de documentación puede abrumar a los empleados y a la alta dirección, lo que afecta negativamente a la funcionalidad del producto. Falta de atención a los procesos de la cadena de suministro: muchos problemas de gestión de calidad son causados por la falta de atención a los procesos típicos de la cadena de suministro. Falta de recursos: Las empresas a menudo no asignan recursos suficientes para garantizar un control de calidad adecuado del producto. Excesivo enfoque en los resultados: algunos modelos, como la norma ISO 9001, han sido criticados por estar demasiado centrados en los resultados e ignorar cómo lograr esos resultados de acuerdo con las políticas y objetivos de la empresa. (NCS Consultoría Tecnológica, 2019)

En España, la atención al cliente es fundamental para el éxito de cualquier negocio. Según una encuesta del organismo de vigilancia del cliente Sotto Tempo Advertising, el 74,6% de los españoles cree que el servicio al cliente influye directamente en su decisión

de comprar o recomprar un servicio, y el 75,6% de los usuarios dijo que cambiaría de proveedor si el servicio al cliente fuera decepcionante. Los problemas de servicio al cliente más comunes pueden variar según la empresa y la industria. Sin embargo, algunos problemas comunes incluyen la complejidad de los casos de los clientes y el sesgo de los asesores. Otros factores pueden incluir la falta de recursos y personal capacitado, así como la falta de experiencia y conocimiento en el campo. (Díaz, 2021)

En el Perú la construcción es una actividad cuyas tasas de crecimiento viene a ser la principal causa para formar y crear empresas dedicadas a vender y distribuir materiales de construcción, acabados, artículos de ferretería. Cabe señalar que por lo general las MYPES que están en este rubro ofrecen la misma variedad de productos, sin embargo, no saben aplicar herramientas donde puedan sumar valor a lo que ofrecen, diferenciándoles de la competencia la atención al cliente.

Por tanto, a nivel nacional, Aguirre (2022) indica que, nos enfrentamos a consumidores cada vez más conocedores y exigentes. El mal servicio y la indiferencia son probablemente las razones más comunes por las que siete de cada 10 organizaciones pierden clientes. Sin embargo, los conflictos comerciales y la falta de una estrategia coherente también pueden reducir la lealtad a la empresa. Los clientes enojados no sólo pueden provocar la pérdida de la cartera de consumidores de la marca, sino que, lo que es más importante, es un ataque directo a la empresa. Los comentarios negativos en las redes sociales tienen más impacto que cualquier anuncio que una empresa coloque en los medios digitales. Una mala experiencia sólo puede compensarse con doce experiencias positivas.

A nivel local, en Cajamarca, (Malca Villanueva, 2021) Malca (2021) indica que, en la oficina de ventas podemos encontrar personas con experiencia y conocimiento en el proceso, pero en muchos casos el proceso no se desarrolla de manera rápida y oportuna para la atención al cliente. Esto hace que el proceso de producción sea ineficiente y genera inconvenientes para los usuarios. La empresa no cuenta con una estructura de gestión muy activa que busque soluciones e innovaciones para lograr algo más que la satisfacción del cliente.

Ante la problemática descrita se planteó el siguiente problema general: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023? Asimismo, se plantearon los siguientes problemas específicos: ¿Cuáles son las características de la

gestión de calidad en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023? ¿Cuáles son las características de la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023? ¿Cuáles son las propuestas de mejora de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023?

Para dar solución al problema general se planteó el siguiente objetivo general:
Determinar las características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023.
Asimismo, para lograr el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos:
Describir las características de la gestión de calidad en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023. Establecer las características de la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023. Elaborar una propuesta de mejora de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023.

Asimismo, la investigación se justifica de manera teórica porque, ayudó a aquellos estudiantes e investigadores que realicen investigaciones que se asemejen con el tema de estudio, ya que la investigación realizada sirvió de apoyo a los futuros investigadores, porque en ello podrán encontrar los temas detallados a sus futuras investigaciones. En lo práctico la investigación dio a conocer las diferentes características de la atención al cliente y la gestión de calidad dentro de las MYPEs de rubro ferretero, ya que los beneficios que traerá serán de una mejora continua, corrigiendo aquellos errores al momento de la atención a los clientes, demostrando una cordial atención, siempre buscando el beneficio y satisfacción del cliente, porque con una buena atención al cliente y gestión de calidad la empresa se beneficiara de una mejor manera ya que le permitirá crecer como empresa. Se justifica de manera metodológica porque presentó un nivel descriptivo, de tipo cuantitativo y diseño no experimental – transversal, asimismo se empleará técnicas e instrumentos de recolección de datos que posteriormente serán validados por expertos, como también se calculará su grado de confiabilidad mediante el alfa de Cronbach.

II. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

Internacional

Según Choéz (2021) en su tesis titulada *Propuesta de un sistema de gestión de calidad basado en la Norma ISO 9001:2015, en una empresa de seguridad privada ubicada en la ciudad de Guayaquil*. Tuvo como objetivo general, proponer un Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2015 para la empresa ASEVIG CÍA. LTDA, para ello utilizo la metodología, diseño de investigación es de tipo no experimental aplicando el método inductivo – deductivo en el trabajo actual. Las principales fuentes de estudio están dadas por la encuesta para lo cual se ha realizado la correspondiente operacionalización de variables y con ello, la tabulación e interpretación de los resultados, entre los principales resultados obtenidos se destaca que se han evidenciado. i). se destaca que solamente el 43,8% de los trabajadores encuestados reconocen que les ha identificado los riesgos para mejorar los niveles de seguridad en el trabajo, añadiendo además que el 57,9% de los empleados califican que nunca y casi nunca disponen objetivos de calidad al interior de su área departamental, esto al final también refleja que el 62,2% establece que nunca y casi nunca se ha implementado correctamente un plan de calidad para el mejoramiento de los procesos en la organización. ii). Es posible visualizar que el 64,2% de los trabajadores determinan que nunca y casi nunca se han implementado mejoras en la calidad de los procesos de la compañía, por lo que además el 53,2% recalcan también que nunca y casi nunca se gestiona adecuadamente los errores e inconformidades que han existido en la implementación de los procesos operativos de la entidad. Adicional a ello, se determina en un 57,2% de los trabajadores califican nunca y casi nunca que los requisitos necesarios a favor de la eficiencia organizacional. Llegando a la conclusión: i). la empresa de seguridad ASEVIG CIA. LTDA., tiene como problemática principal dificultades que afectan la calidad del servicio de guardianía lo cual afecta, a la imagen de la compañía al no ofrecer un excelente servicio hacia el cliente. ii). la Norma ISO 9001: 2015 tiene como finalidad desarrollar sistemas de gestión de calidad acorde a las necesidades de cada tipo de organización en función de las normativas internacionales de control de calidad.

Según López (2020) en su tesis titulada *Gestión de la calidad educativa, propuesta de diseño para un sistema de gestión que integra las normas internacionales ISO 21001:2018 e ISO 9001:2015. Caso: Unidad Educativa Montebello*. Con el objetivo primordial, es la propuesta de diseño de un sistema de gestión de la calidad educativa, que integra las normas internacionales ISO 21001:2018 e ISO 9001:2015 para la Unidad Educativa Montebello, ubicada en el Valle de Los Chillos, provincia de Pichincha, utilizando como metodología para su análisis se aplicó un método cualitativo de investigación, donde se segmentó la organización para determinar cómo se encuentra, en este caso de estudio, se usó listas de verificación, el aporte de un grupo focal e informantes calificados generalmente dueños de los diferentes procesos, el resultado obtenido fue conseguir el diseño de un sistema de gestión de la calidad educativa, existe en un 60% aceptable control de los productos ofrecidos externamente a la institución, ese procedimiento sin embargo podría mejorarse; el buen manejo de los estándares de gestión que cada proveedor contribuyen a la calidad del servicio, una mejora en ese sentido ayudaría a la institución. En la operación del Plan de Calidad Educativa no se tiene documentado la mejora que se ha dado en el sistema de gestión actual. Concluyendo, i). Dentro de los hallazgos se identificó las diferencias entre las normas de calidad ISO 9001:2015 y la ISO 21001:2018 y al realizar un análisis comparativo el cual consistió en cotejar cada norma, se apreció que la norma ISO 9001:2015 se encuentra integrada en la 21001:2018. Esto quiere decir que, substancialmente toda la norma ISO 9001:2015 se encuentra representada en la 21001:2018. El porcentaje de diferencia entre las normas es mínimo, por lo que se realizó el diseño del sistema de gestión para la Unidad Educativa Montebello únicamente en base a la norma a ISO 21001:2018. ii). En cada uno de los diferentes aspectos que fueron evaluados se tiene espacio para seguir desarrollándose y depende de la alta dirección la posibilidad de seguir creciendo, de esa manera consolidar el modelo organizacional y distinguirse en su planificación, en el soporte a los procesos de cadena de valor; en definitiva, a conseguir un alto nivel de efectividad, que la llevará a consolidarse internacionalmente.

Según Fariña (2021) con su tesis titulada *Diseño de un sistema de gestión de calidad basada en norma ISO 9001/2015*. El objetivo fue diseñar un Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001/2015 para el área de atención al cliente de la Empresa Distribuidora de Arroz Asunción, S.A, para lograr dicho objetivo, se utilizó una metodología que integró métodos cuantitativos, cualitativos y descriptivos. Como resultado de esta investigación, la auditoría arrojó un 53%. Luego, se realizó un diagnóstico del Sistema de Gestión de Calidad utilizando una lista de verificación de requisitos de la norma ISO 9001:2015, logrando un cumplimiento del 23%. Por lo tanto, fue necesario diseñar la información documentada para cada punto del sistema de gestión de calidad. Se crearon instrucciones detalladas para asignar recursos, funciones, responsabilidades y control de documentos, así como formatos para registrar y rastrear las actividades realizadas. Se creó un plan de implementación del Sistema de Gestión de Calidad que incluye actividades para su implementación y mantenimiento. Se realizó una encuesta de satisfacción a una porción de los clientes del canal moderno para comparar los resultados antes y después del Diseño del Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2015. La situación actual de cumplimiento de la norma ISO 9001:2015 en la empresa es del 23%. Se necesita implementar un SGC para reducir la brecha del 73% de incumplimiento. La auditoría interna reveló un nivel de satisfacción del cliente deficiente del canal moderno. Se obtuvo un 53% en cuanto al cumplimiento de los lineamientos del cliente, lo que indica que la empresa no está preparada para una inspección sorpresa de sus clientes. En conclusión, el cumplimiento con la norma ISO 9001:2015 es bajo y la sostenibilidad de la organización se basa en entregar productos y servicios siguiendo las especificaciones de los clientes, lo que ha llevado a reprocesos y trabajo extra debido a la falta de estandarización y metodología para asegurar la calidad. La alta dirección ha reconocido los beneficios de implementar un Sistema de Gestión de Calidad, por lo tanto, hubo intentos anteriores y ahora se creó un área dedicada con una persona responsable para lograr este objetivo.

Según Hermenejildo (2022) en su tesis titulada *Estrategias de servicio y atención al cliente del área de matriculación y revisión vehicular, caso de estudio: EMUTRÁNSITO EP, provincia de Santa Elena*. Con el objetivo general de su investigación, proponer estrategias de servicios mediante la aplicación de técnicas y herramientas de investigación al usuario interno y externo, que permitan el mejoramiento de la atención al cliente en el área de matriculación y revisión vehicular de EMUTRÁNSITO EP, para ello utilizo la

siguiente metodología, de tipo no experimental, descriptiva y el estudio de la investigación tuvo un enfoque mixto, tomando énfasis en una investigación cuantitativa, obteniendo como resultados: i). Con que frecuencia realiza tramites en nuestra institución, el 83% de la muestra recabada hace énfasis a una frecuencia anual para la realización de trámites de matriculación y revisión vehicular, mientras que un 17% realiza tramites semestrales por pago de tasas de permisos de operación. ii). De acuerdo al análisis de resultados un 60% de los encuestados concordaron que el servicio de atención al cliente no es eficiente. Llegando a la conclusión que: i). Se identificaron los fundamentos teóricos en cuanto a las variables de estudio que en este caso fue la atención al cliente frente a la forma de implementar las estrategias de servicio de esta manera mejorar la calidad de atención en la Empresa Pública Municipal de Movilidad, Tránsito, Transporte y Seguridad Vial de Santa Elena. ii). Respecto del servicio al cliente de EMUTRÁNSITO, operativizando en acciones, estrategias de servicios, recursos detallados en el ciclo de Deming con la finalidad del mejoramiento continuo potenciando el proceso servicio al cliente.

Según Orrala (2022) en Ecuador investigo *Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Empresa Pública CNEL EP. Del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2021*. Tuvo como objetivo analizar la calidad de servicio enfocado en la perspectiva de atención al cliente mediante el modelo Servperf. Se aplicó la metodología, descriptiva direccionada en un enfoque mixta y el muestreo aleatorio simple definido con 347 encuestas dirigidas al barrio “Virgen del Carmen” en dos etapas, la primera digital y la segunda con actividad de campo teniendo en consideración las dimensiones de elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuestas, seguridad y empatía que comprenden el modelo; posteriormente, se analizó los resultados obtenidos, El análisis de la calidad de servicio aplicado a los clientes de la empresa pública CNEL EP tiene un promedio del 60.5%, esta valoración corresponde al nivel de satisfacción de los consumidores, lo cual ha sido determinado por medio de instrumentos de investigación basados en el modelo Servperf, resultados que conllevan a realizar mejoras al sistema de atención al cliente y técnico. Se elaboró una matriz de las mejoras que se pueden aplicar al sistema de atención al cliente. Además, se definió un cronograma de actividades para un periodo de dos meses, las actividades propuestas comprenden diferentes áreas del plan estratégico de CNEL EP. Razón por el cual se pretende dar un servicio de atención al cliente al 100 % en la sucursal y actividades técnicas. Concluyendo: i). El promedio

general de las valoraciones de las 5 dimensiones se determina en 3.03, resultados de percepciones en su mayoría en un nivel medio. Lo cual indica que los usuarios no están totalmente satisfechos con el servicio que CNEP EP, les está brindando en la actualidad en la sucursal de La Libertad, debido a que las experiencias en el servicio no les han dejado una percepción la suficientemente positiva en relación a las dimensiones evaluadas para dar una valoración alta. (pg. 23)

Según Ayon (2021) en su investigación titulada *Propuesta de un modelo de gestión por procesos para mejorar el servicio de atención al cliente en una empresa que comercializa equipos de hemodiálisis en la ciudad de Guayaquil*. El objetivo fue, plantear un modelo de gestión por procesos para mejorar la calidad de atención al cliente en una empresa de equipos de hemodiálisis en Guayaquil, dado los problemas de coordinación, planificación y falta de procesos en dicha compañía. Se utilizó una metodología descriptiva-correlacional, enfoque cuantitativo, mediante encuestas y análisis de correlación y una escala de medición SERVQUAL para analizar la satisfacción de los clientes en cinco dimensiones durante la investigación, La herramienta utilizada para obtener datos fue un cuestionario basado en el modelo SERVQUAL, validado con una escala de coeficiente de Alfa de Cronbach superior a 0.8, lo que indica la confiabilidad de los resultados. Todas las dimensiones tienen correlación directa con la satisfacción del cliente. La comprensión de las necesidades del cliente, la confianza del personal y la satisfacción plena de las necesidades del cliente son las más destacadas. En cuanto a la seguridad ofrecida por la compañía, se destacan tres aspectos fundamentales según el 62.50% de las opiniones: agilidad del servicio, confianza del personal y seguridad en las transacciones. Satisfacción de necesidades, confianza del personal y seguridad en las transacciones. Concluyendo: Según los resultados, todas las variables fueron altamente valoradas por los clientes, pero un aspecto en particular generaba satisfacción parcial, específicamente la capacidad de respuesta. Empatía, seguridad, confiabilidad y elementos tangibles fueron altamente valorados, a diferencia de otras dimensiones. Se diseñó una propuesta para levantar un proceso de prospección de clientes, logrando una mejor retención y detección oportuna de falencias para garantizar la experiencia del consumidor.

Nacional.

Quispe (2023) en su tesis de licenciatura en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú, titulada *Propuesta de mejora en el control interno administrativo para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería del distrito Carmen Alto, Ayacucho, 2021*. El estudio tiene como objetivo mejorar el control administrativo interno de la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas ferreteras del distrito de Ayacucho del Carmen Alto en el año 2021. El método de investigación fue cuantitativo, de nivel descriptivo, no experimental – diseño transversal. En el distrito de Carmen Alto existen un total de 25 ferreterías, de las cuales se seleccionaron por conveniencia 7 ferreterías. Las variables del estudio de control interno se investigaron mediante un cuestionario estructurado con 22 preguntas. y gestión de calidad. Se obtuvieron las siguientes principales conclusiones: el 57,1% siempre considera como prioridad la satisfacción del cliente; el 57,1% sigue siempre la política de calidad; el 42,9% suele planificar riesgos y oportunidades; el 57,1% casi siempre planifica objetivos de calidad; el 42,9% dispone sistemáticamente de recursos laborales suficientes; El 42,9% comunica periódicamente sobre los productos que ofrece la empresa; El 57,1% proporciona consistentemente a los clientes información suficiente durante el proceso de compra; el 57,1% siempre define completamente el desarrollo de procesos; El 57,1% de los encuestados indicó que los clientes en su mayoría salen satisfechos; el 71,4% realiza frecuentemente encuestas de satisfacción del cliente; el 42,9% toma periódicamente medidas correctivas para prevenir causas negativas; El 57,1% suele utilizar herramientas o métodos de mejora continua. La conclusión es que en general cuentan con un buen control administrativo interno y una buena gestión de la calidad, que contribuyen al sano desarrollo de la empresa.

Según Escobar (2022) en su tesis *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito de Chulucanas - Piura, año 2020*. Tiene como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito de Chulucanas – Piura, año 2020. La metodología de la investigación es de tipo descriptiva, nivel cuantitativo con un diseño no experimental de corte transversal, la población está constituida por 5 MYPE, asimismo, la muestra es de 384 clientes y 34 colaboradores. Para la recolección de datos se utilizó la técnica de la encuesta y el instrumento fue el cuestionario. Los principales resultados obtenidos indican

que el 73.53% (25) de los colaboradores determinan que la planificación es un elemento que se aplica en la organización, y el 76.56% (294) de los clientes se sienten satisfechos con la amabilidad que el colaborador les ofrece. La investigación concluye que las características que se identificaron en las MYPE con respecto a la gestión de calidad y atención al cliente principalmente es el liderazgo que existe por parte de la administración, asimismo, el trabajo en equipo es indispensable dentro del rubro, del mismo modo, los clientes mencionan que se evalúan las necesidades de los mismos y existe amabilidad en la atención, sin embargo, se debería apoyar más a los colaboradores en las operaciones que realizan, así como capacitar y generar capacidad de persuasión hacia los clientes.

Según Mezones (2020) en su tesis titulada *Gestión de calidad y atención al cliente en las Mype rubro ferretería de Frías, año 2020*. Tuvo como objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE ferretería de Frías, año 2020. Metodología de nivel descriptivo, tipo cuantitativo, diseño no experimental de corte transversal. Sus unidades económicas son 04 MYPE del rubro ferretería, la población finita es de 04 propietarios para gestión de calidad y para atención al cliente fue una población infinita con una muestra de 195 clientes. La técnica de recaudación de datos fue la encuesta y un cuestionario como instrumento de la investigación. Obteniendo los siguientes resultados: i). Se cuenta con los recursos necesarios para operar con el negocio, se observa que el 100% de los propietarios encuestados, si cuentan con los recursos necesarios. ii). La empresa tiene políticas, manual de procedimientos y descripción de cargos y funciones, se observa que el 100% de los propietarios encuestados dan a conocer que no cuentan con políticas dentro de la empresa. iii). Evidencia que el número de clientes está creciendo, se observa que el 50% de los propietarios encuestados señalan que el número de clientes está creciendo, mientras que el 50% indica que no. iv). ¿Cuentan con precios adecuados en relación a los productos que ofrecen, el 50% de los propietarios encuestados señalan que, si cuentan con precios adecuados, mientras que el 50% no cuentan, En las conclusiones se determinó respecto a los componentes de la gestión de calidad que el 100% de los encuestados considera que las MYPE cuentan con los recursos necesarios para operar el negocio. Así mismo a los beneficios de la gestión de calidad el 100% no conoce el comportamiento del público objetivo. Del mismo modo a los factores en la atención al cliente se determinó que el 100% de los encuestados considera que los vendedores de las MYPE si ejercen su trabajo con

total profesionalismo. Por otro lado, a las estrategias de la atención al cliente se observa que el 100% de los encuestados considera que la atención brindada por las MYPE es la adecuada.

Según Piminchumo & Rodríguez (2021) en su tesis titulada *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en una empresa ferretera privada de la ciudad de Trujillo, 2021*. Tuvo como objetivo determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en una empresa ferretera privada de la ciudad de Trujillo, 2021. El tipo de investigación fue aplicada, de diseño no experimental, de corte transversal, descriptivo– correlacional. La población estuvo conformada por 110 clientes del cual se determinó una muestra de 86. Para obtener su opinión se utilizó una encuesta de 28 preguntas, a través de un cuestionario. Los resultados determinaron que cuando la calidad de servicio es regular, la satisfacción del cliente también es regular, como consecuencia que existen servicios específicos como instalaciones adecuadas, ayuda al cliente, ausencia de productos, procesos de atención funcionales, entre otros; que necesitan ser mejorados. El resultado de la prueba de Rho de Spearman determinó que existe correlación significativa entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente con un coeficiente de correlación de 0.888 y una significación bilateral 0.034 que es menor a 0.05; mostrando una correlación positiva considerable. Concluyendo que, sí existe relación entre las variables, asimismo las dimensiones de calidad de servicio tienen relación con la variable satisfacción del cliente. Presenta un 84.9% de clientes que indican que a la capacidad de respuesta lo consideran en un nivel regular, el 14.0% la considera deficiente y el 1.2% que está buena. Por lo tanto, los empleados necesitan todavía mejorar en la atención y ayuda al cliente.

Según Lazo (2020) en su tesis *Atención al cliente y nivel de ventas de la ferretería Lumicentro Pianto S.R.L., Huancayo – 2017*. Donde se plantea el objetivo general: Determinar como la Atención al Cliente se relaciona con el Nivel de Ventas de la Ferretería Lumicentro Pianto SRL, Huancayo – 2017, este factor facilita el comprender de forma concreta para el planteamiento de la hipótesis: La atención al cliente se relaciona significativamente con el nivel de ventas de la Ferretería Lumicentro Pianto SRL; se pretende demostrar que se puede generar una amplia gama de estrategias que posibiliten plantear soluciones al problema de nivel de Ventas en diferentes organizaciones empresariales. La investigación en el aspecto metodológico, es de tipo básica, nivel

correlacional y de diseño no experimental de corte transversal; orientado a una muestra por conveniencia de 80 clientes del total de clientes frecuentes de la empresa, Ferretería Lumicentro Pianto SRL; como técnica se usó el cuestionario y como instrumento la encuesta; posterior al recojo de los datos, de tipo ordinal y en la escala de Likert, entre los que se plantearon: 18 preguntas las cuales 9 están relacionadas a la primera variable Atención al Cliente y las 9 seguidas a la segunda variable Nivel de Ventas; finalmente para probar la hipótesis se usó el software SPSS v25 y en relación al estadístico de prueba Rho de Spearman, obteniendo como resultados: encuestados un nivel alto de percepción con un 96.2% y un nivel medio de 3.8%, lo que significa que existe la consideración de los clientes por el tipo de atención recibida en sus actividades realizadas en la empresa; lo mismo ocurrió con la variable ventas, pues los encuestados también identificaron algo que ya la empresa tenía registrado es decir que a mayor satisfacción de los clientes respecto a la atención y servicio mayores las ventas. Concluyendo: Determinar como la Atención al Cliente se relaciona con el Nivel de Ventas de la Ferretería Lumicentro Pianto SRL, Huancayo – 2017, que conlleva a desarrollar el proceso respectivo para la prueba de hipótesis, donde utilizando el estadístico de prueba Rho de Spearman, se obtuvieron los resultados de coeficiente de correlación de 0,854, lo cual indica que la correlación entre las variables Atención al Cliente y Nivel de Ventas, es positiva alta; y teniendo en cuenta la significación bilateral de la relación de las variables donde el P – valor $(0,000) \leq \alpha (0,05)$ donde se rechazó la hipótesis nula y sustentando lo establecido en la hipótesis general; una significativa relación entre las variables mencionadas.

Según Albornoz (2021) en su investigación *Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio - rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2019*. Que tuvo como objetivo general: determinar las principales características de la propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de Huánuco – 2020, se desarrolló con un diseño no experimental-transversal-descriptivo, en una población de 16 MYPE, se escogió la muestra del 50%, a quienes se les aplicó un cuestionario de 21 preguntas, utilizando la técnica de la encuesta, obteniéndose los siguientes resultados: El 54% tienen una edad entre 40 años y el 54% tienen educación superior no universitaria. El 50% de las ferreterías tienen más de 3 a 6 años en el mercado y el 75% tienen entre 1 a 5 trabajadores. El 63% si conocen el término

de gestión de calidad, el 88% si conoce el término de atención al cliente y el 63% brindan solución en los reclamos de los clientes. Concluyendo: La mayoría de los representantes tienen una edad entre 40 años y tienen educación superior no universitaria. La mayoría de las ferreterías tienen más de 3 a 6 años en el mercado y tienen de 1 a 5 trabajadores. La mayoría de los representantes de las ferreterías si conocen el termino de gestión de calidad, de atención al cliente y tienen como principal factor de calidad la rapidez en la entrega del producto.

Cabello (2022) en su tesis de licenciatura en la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Perú, titulada, *Gestión de calidad basada en la atención al cliente en las Mypes, rubro Panadería, pastelería, distrito de independencia - Huaraz, 2022*. El objetivo general es determinar las características de la panadería Huaraz Independiente en el año 2022 y realizar un control de calidad basado en la atención al cliente. El enfoque se basa en un diseño no experimental, transversal y descriptivo. La población es ilimitada, la muestra no es probabilística y, por conveniencia, este estudio incluye 3 pequeñas empresas, 9 empleados y 30 clientes. Utilizando métodos de encuesta y tres herramientas: dirigidas a propietarios de pequeñas empresas, empleados y clientes, se obtuvieron los siguientes resultados: En el campo de la gestión de calidad, el 67,0% de los propietarios de pequeñas empresas gestionadas siempre cuentan con directrices en su organización. Además, el 78,0% de los microempresarios gestionan consistentemente su negocio, buscan la mejora y se enfocan en su misión y visión. El 44,0% de los colaboradores analiza continuamente los procesos para identificar desviaciones en la elaboración de productos de panadería. En lo que respecta al servicio al cliente, el 53,0% de los clientes dice tener una relación positiva con los empleados. También encontraron que el 52,0% de los trabajadores de panadería mostraban constantemente una actitud amigable y orientada al servicio al tratar con los clientes.

Local.

Según Calvay (2021) en su tesis *Gestión de la calidad y satisfacción del cliente en la empresa Caltan SRL, 2019*. Tuvo como objetivo general de su investigación, Determinar la relación que existe entre la gestión de la calidad y la satisfacción del cliente de la empresa Caltan SRL, 2019, para lo cual se trabajó con la metodología, tipo de investigación aplicada, nivel descriptivo correlacional y enfoque cuantitativo, con una

población y muestra de 15 trabajadores y población y muestra finita de 25 clientes utilizando como técnica la encuesta y como instrumento de investigación, un cuestionario estructurado de 34 preguntas con opción única y de calificación que miden los indicadores y las variables tanto las dos variables, validado por especialistas. Luego de realizado el estudio, se comprobó la hipótesis planteada que determinó que la gestión de calidad influye de manera significativa en la satisfacción del cliente en la empresa Caltan SRL, Cajamarca 2019. La satisfacción del cliente se refiere a la manifestación de la diferencia entre las expectativas y la percepción del cliente respecto al producto y servicio ofrecido. La Hipótesis: Existe una relación directa entre la gestión de la calidad y la satisfacción del cliente de la empresa Caltan SRL, Cajamarca 2019. Conclusiones: Se tiene una relación directa, positiva de valor 0,748; dentro de la categoría fuerte y moderado, entre la Gestión de la Calidad y Satisfacción del Cliente. La dimensión tangibilidad tiene una relación directa significativa fuerte y alta con la dimensión otorgamientos de servicios. La dimensión confiabilidad tiene una relación directa significativa fuerte y alta con la dimensión reclamos. La dimensión seguridad tiene una relación directa significativa fuerte y alta con la dimensión atención al cliente. La fiabilidad, tangibilidad y seguridad explican a la Satisfacción del Cliente.

Según Oblitas (2021) en su tesis *La gestión de la calidad y su influencia en la productividad de las Mype del distrito de Cajamarca, 2019*. Con su objetivo de investigación Determinar la influencia de la gestión de la calidad en la productividad de las MYPEs del distrito de Cajamarca. Con la metodología descriptiva-correlacional. Obteniendo los siguientes resultados: La investigación busco describir la gestión de la calidad de las MYPEs del distrito de Cajamarca, encontrándose que tiene la siguiente radiografía: el 76% no sabe que es gestionar con calidad, el 78% del personal no tiene los conocimientos para aplicar los fundamentos de la calidad, el 82% señala que no hay políticas de calidad, el 78% indica que se evalúa la calidad. En cuanto a la situación de la productividad de las MYPEs del distrito de Cajamarca se determinó que la situación complicada de las MYPEs en el distrito es preocupante la situación porque la falta de gestión de calidad no les permite ser competitivas en este contexto globalizado en donde se compite con empresas de otras latitudes con mejor calidad y mejores precios generalmente.

Según Cueva (2021) en su tesis *Sistema de gestión de calidad bajo la norma iso 9001: 2015 y su influencia en los procesos del área de operaciones de la empresa de*

transportes transgroup Cajamarca SA. En el año 2020. Tuvo como objetivo determinar la influencia del sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015; para optimizar los procesos del área de operaciones de la empresa de transportes Transgroup Cajamarca S.A. en el año 2020 desarrollándose en 5 capítulos, utilizo la metodología, donde la investigación es descriptiva, de diseño no experimental y correlacional, la población de estudio estuvo constituida por 33 colaboradores, técnica de recojo de datos fue la encuesta, a través del uso del cuestionario de 21 preguntas, para validar la encuesta se utilizó el alfa de cronbach. Una vez que el instrumento de recolección de datos se aplicó, los datos se vaciaron en tablas estadísticas a través del Excel y el software SPSS para su posterior análisis y discusión. Entre los principales resultados se obtuvo que la gestión de la calidad ISO 9001: 2015 influirá en los procesos del área de operaciones con un coeficiente de correlación de 0.681, el cual se encuentra entre $0 < r < 1$ estando próximo acercarse a 1, por lo tanto está dentro de la categoría de fuerte y moderado, también se obtuvo que en la hipótesis general existe una correlación entre la variable gestión de la calidad y la variable procesos, en base al valor del coeficiente de Pearson es de 0.692, aceptando como válida la hipótesis general. Concluyendo de la siguiente manera: Los procesos del área de operaciones de la empresa de transportes Transgroup Cajamarca S.A. menciona que el 08% manifiesta que es muy malo, el 24% piensa que es malo, el 41% piensa que es regular, el 19% piensa que es bueno, el 08% piensa que es bueno. La calificación para esta dimensión es regular. Si existe un nivel de correlación significativa y directa entre las variables sistema de gestión de calidad ISO 9001:2015 y procesos del área de operaciones de la empresa Transgroup Cajamarca S.A en el año 2020 con un coeficiente de correlación de 0.687, por lo que se concluye que existe una correlación alta y positiva.

Según Leon & Saldaña (2021) en su tesis titulada *Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa Rock'os café – Cajamarca 2021*. Tuvo como objetivo general determinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en la empresa Rock'os Café – Cajamarca 2021, aplicando la metodología, el tipo de investigación es aplicada, el nivel de investigación es descriptivo - correlacional, el diseño de la investigación es no experimental de corte transversal y el método utilizado es hipotético – deductivo. La población y muestra no probabilística considerada es de cincuenta personas que son clientes de la empresa Rock'os Café. Además, para la recolección de datos se empleó la encuesta como técnica y se empleó el cuestionario como

instrumento de 22 ítems para la variable calidad del servicio y 20 ítems para la variable satisfacción del cliente en escala Likert, ambos instrumentos son validados por el juicio de tres expertos. Se aplicó la prueba estadística de correlación de Spearman para comprobar la hipótesis general dando como resultado $Rho = 0.955$ y Sig. Aprox. = 0.000, objetivo específico se aplica la prueba estadística de Correlación de Spearman ($Rho = 0.959$) donde presenta una correlación positiva fuerte y su significación aproximada (Sig. Aprox. = 0.000) es menor que el nivel de significancia ($\alpha = 0.05$), por lo tanto, existió suficiente evidencia para afirmar que existe relación entre la dimensión seguridad y la variable satisfacción del cliente en la empresa Rock'os Café – Cajamarca 2021. Por lo tanto se concluyó que existe relación significativa en determinar la relación entre la dimensión elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la empresa Rock'os Café Cajamarca – 2021, la dimensión y la variable presentan una correlación positiva fuerte con un valor rho Spearman de 0.958 y una significancia de 0.000, por lo tanto se acepta la primera hipótesis específica y se concluye que existe relación significativa entre la dimensión elementos tangibles y la satisfacción del cliente en la empresa Rock'os Café – Cajamarca 2021.

Según Cercado & Tafur (2021) en su tesis *Comunicación organizacional y su relación en la atención al cliente de la empresa Washington Automotriz E.I.R.L. Cajamarca 2021*. Tuvo como objetivo general, establecer la relación entre comunicación organizacional y atención al cliente en los trabajadores de la empresa Washington Automotriz E.I.R.L. durante el año 2021. La metodología del presente estudio de investigación fue de tipo cuantitativo, descriptivo correlacional, la muestra estuvo conformada por 20 colaboradores de la empresa Washington Automotriz E.I.R.L. Cajamarca y 20 clientes. El instrumento usado en la presente investigación es una encuesta. Respecto a la variable comunicación Organizacional 22 preguntas divididas en 3 dimensiones: Interna, externa y personal. Obteniendo como resultados: En la variable Atención al cliente, se manifiesta que el 60 % estuvo de acuerdo, y el 40 % estuvo totalmente de acuerdo, percibiendo una buena calidad en la atención brindada por los colaboradores de dicha empresa. En la variable Comunicación Organizacional se interpretó que, del 75% de colaboradores manifestaron estar de acuerdo con la comunicación de la empresa, y el 25 % estuvo totalmente de acuerdo en que existe una adecuada gestión para la realización de sus actividades. Concluyendo de la siguiente manera: En la variable Comunicación Organizacional, en sus dimensiones: Interna, externa y personal y la

Atención al Cliente se puede evidenciar el valor coeficiente de correlación 0.531, 0.757 y 0.611 indicando una relación positiva y considerable, demostrando que, a mayor información y la buena frecuencia de comunicación, proporcionada en ciertos estímulos, capacitaciones, charlas, reuniones, boletines hacia los colaboradores, sobre las necesidades, metas, objetivos y valores 48 claros, propone satisfacción emocional e intelectual en los colaboradores reflejada en la calidad de atención al cliente obteniendo como resultado final la fidelización del cliente (ventas). En cuanto a la percepción de los colaboradores de la empresa Washington automotriz E.I.R.L hacia la comunicación dentro de su centro de labores, se concluye que el 75% y 25% se encuentran de acuerdo y totalmente de acuerdo, en que la comunicación es fluida, permitiéndoles desarrollar sus habilidades, destrezas y pensamientos críticos, encaminados en la mejora en atención al cliente y resolución de problemas.

Según Chuquimango & Huaccha (2021) en su tesis *Motivación laboral y su influencia en atención al cliente en la Cooperativa Rondesa Cajamarca, 2019*. El objetivo del presente proyecto de investigación fue la de determinar la motivación laboral y su influencia en la atención al cliente en la cooperativa de ahorro y crédito Rondesa Cajamarca, es un estudio de tipo cuantitativo, descriptivo, correlacional, no experimental, se utilizó la técnica de recolección de datos denominada encuesta por cuestionario el cual se aplicó al personal que labora en dicha entidad, los resultados fueron tabulados y evaluarlos con el coeficiente de correlación de Pearson. Con respecto a la hipótesis se obtuvo los siguientes resultados: la prueba de correlación de Pearson, el valor de coeficiente de correlación es: ($r = 0,555$); la significancia bilateral ($P = \text{valor: } P < 0,001$), indica que la relación es positiva muy alta, por lo tanto, existe relación significativa entre las variables asociadas. En consecuencia, se rechaza la hipótesis nula (H_0), se determinó como la motivación laboral influye en la atención al cliente, a través de un análisis de cada una de las dimensiones de nuestras variables, luego se identificó la relación que existe entre las dimensiones de la variable motivación laboral y las dimensiones de la variable atención al cliente, para ello se toma como referencia los datos recolectados a través de los cuestionarios aplicados a los trabajadores, dichos datos recolectados fueron ingresados al programa SPSS 22, para ser evaluarlos con el coeficiente de correlación de Pearson. Concluyendo, se determinó el nivel de motivación de los trabajadores de la cooperativa de ahorro y crédito Rondesa Cajamarca y esta era demasiado baja por lo que se trabajó en

ello. La implementación de la motivación al personal si contribuye a mejorar y fortalecer el nivel del servicio al cliente por lo que se confirma la hipótesis alternativa.

2.2. Bases teóricas de la investigación.

2.2.1. Gestión de Calidad

La gestión de la calidad es un conjunto de actividades organizadas implementadas según un sistema rígido para dirigir y gestionar la organización desde una perspectiva de la calidad. Incluye establecer normas y estándares de calidad, implementar sistemas y procesos para cumplir con estos estándares, implementar controles y monitoreo de calidad y tomar medidas correctivas y preventivas para asegurar el cumplimiento de los requisitos de calidad. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) comprende aquellas actividades mediante la cual una organización identifica sus objetivos y determina los procesos y recursos requeridos para lograr los resultados deseados. Su adopción por parte de la organización, es una decisión estratégica que le puede ayudar a mejorar su desempeño global y proporcionar una base sólida para las iniciativas de desarrollo sostenible; objetivos que se logran apuntando al éxito sostenido, mediante la gestión eficaz, la toma de conciencia del entorno, el aprendizaje y a través de la aplicación apropiada de mejoras e innovaciones en la organización. (Mejia et al., 2018)

Según Rincón (2019), la gestión de calidad es el conjunto de propiedades y características de un producto o servicio que le confieren capacidad de satisfacer necesidades, gustos y preferencias, y de cumplir con expectativas en el consumidor. Tales propiedades o características podrían estar referidas a los insumos utilizados, el diseño, la presentación, la estética, la conservación, la durabilidad, el servicio al cliente, el servicio de postventa, entre otros.

Dimensiones de la Gestión de Calidad.

Dimensión: Liderazgo.

La alta dirección debe gestionar y hacer cumplir los requisitos legales y reglamentarios para los productos y servicios ofrecidos por la organización, es decir, el cliente. Un buen sistema debe definirse mediante la creación de procesos de gestión de

transacciones a partir del presupuesto y los pedidos de los clientes, el correo electrónico y los requisitos legales y administrativos adecuados. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

- a. **Política de calidad:** La política de calidad es el núcleo del sistema de gestión de calidad, todos los requisitos se centran en asegurar su cumplimiento. La política de calidad demuestra el compromiso de la alta dirección con los requisitos de la norma ISO 9001. (Gonzalez & Manzanares, 2020)
- b. **Roles y responsabilidades:** La alta dirección debe asegurar la asignación existente, comunicación y comprensión de las responsabilidades y autoridades relevantes en la organización. Para cumplir con este requisito, se puede crear un listado de perfiles de trabajo con roles asignados o una ficha individual por cada perfil con sus roles. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Dimensión: Planificación.

La planificación adelanta el futuro, considera riesgos y oportunidades y desarrolla programas para alcanzar objetivos de calidad. La organización debe considerar los factores internos y externos relevantes para su propósito y dirección estratégica al planificar su sistema de gestión de la calidad, ya que pueden afectar su capacidad para alcanzar los resultados deseados. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

- a. **Riesgos y oportunidades:** Para controlar los riesgos y oportunidades, es importante establecer un procedimiento de gestión de riesgos y oportunidades, ya que es fundamental en la Norma ISO 9001. Para cumplir este requisito, la organización debe considerar su comprensión del contexto, los procesos y las necesidades de las partes interesadas. (Gonzalez & Manzanares, 2020)
- b. **Objetivos de la calidad:** La organización debe fijar objetivos de calidad para las áreas y niveles adecuados, así como los procesos requeridos para el sistema de gestión de calidad. Los objetivos de calidad deben ser consistentes con la política de calidad, medibles, considerar los requisitos aplicables, pertinentes para la conformidad de productos y servicios y la satisfacción del cliente, así como monitoreados, comunicados y actualizados según corresponda. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Dimensión: Apoyo.

El apoyo incluye todo lo relacionado con las actividades de la organización, el entorno en el que opera, los procesos de evaluación del sistema que miden el desempeño y recopilan datos de desempeño, y cualquier información escrita sobre el proceso. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

- a. **Recursos:** Una organización que sigue la norma ISO 9001 debe analizar sus capacidades y proveer los recursos necesarios para establecer, implementar, mantener y mejorar su sistema de gestión de calidad. (Gonzalez & Manzanares, 2020)
- b. **Comunicación:** Se puede incluir el control en las comunicaciones internas y externas del sistema de gestión de calidad en el procedimiento de formación y comunicación. Con el objetivo de estandarizar la comunicación. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Dimensión: Operación.

La operación establece los aspectos a considerar para planificar y controlar el sistema de gestión de la calidad. Asimismo, trata los requisitos de productos y servicios, su identificación, revisión, obtención de información de las partes interesadas y atención al diseño y desarrollo. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

- a. **Planificación y control operacional:** La planificación debe adecuarse a las operaciones de la organización. Es necesario supervisar los cambios previstos y evaluar las repercusiones de los cambios imprevistos, tomando medidas para reducir cualquier impacto negativo, si es necesario. Es necesario controlar los procesos subcontratados. (Gonzalez & Manzanares, 2020)
- b. **Diseño y desarrollo de los productos y servicios:** La organización debe tener un proceso de diseño y desarrollo apropiado para garantizar la entrega futura de productos y servicios. Se puede incluir el proceso solicitado en un Procedimiento de gestión del diseño y desarrollo. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Dimensión: Evaluación de desempeño.

La evaluación del desempeño determina cómo se evaluará el sistema, analizando datos y revelando su estado mediante revisiones sistemáticas. Se debe realizar una evaluación continua de la calidad y efectividad del sistema de gestión, manteniendo la documentación necesaria para respaldar los resultados. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

- a. **Análisis y evaluación:** La revisión y evaluación de los datos e información se pueden llevar a cabo en las revisiones de dirección, aunque es recomendable realizar reuniones mensuales de seguimiento por grupos de mejora o un Grupo de mejora multidisciplinario con representantes de todos los departamentos. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

- b. **Satisfacción del cliente:** La norma ISO 9001 no obliga a hacer encuestas de satisfacción de clientes, pero si se hacen, los resultados deben tenerse en cuenta para evaluar la satisfacción del cliente. La dirección de la organización y los responsables comerciales deben decidir sobre las encuestas de satisfacción de clientes, incluyendo el contenido, sistema de puntuación, frecuencia y muestra representativa. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Dimensión: Mejora.

Describe los elementos clave de mejora continua que una organización debe lograr en el sector sanitario. Para ello, se reconoce que se debe mantener el sistema de notificación en caso de problemas o incumplimiento de los requisitos y mejorar el volumen global de productos y servicios de la organización. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

- a. **Acciones correctivas:** Las acciones tomadas para corregir una no conformidad o queja del cliente deben ser consistentes con el propósito de la no conformidad o queja del cliente. La información documentada debe conservarse en los informes de no conformidades y acciones correctivas, por ejemplo, para demostrar las no conformidades y las acciones tomadas, para analizar la efectividad de las acciones correctivas aplicadas a los problemas identificados o para fundamentar los resultados. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

- b. **Mejora continua:** Las organizaciones deben mejorar continuamente su sistema de gestión de la calidad y su eficacia. Si la organización tiene la certificación

del Sistema de gestión de calidad ISO 9001, debe demostrar anualmente una mejora continua de su sistema de gestión de calidad mediante auditorías de gestión adecuadas o renovaciones de certificación. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Sistema de Gestión de Calidad.

Sistema de Gestión de la Calidad es un conjunto de partes o elementos organizados y relacionados que interactúan entre sí para lograr un objetivo. Los sistemas reciben (entrada) datos, energía o materia del ambiente y proveen (salida) información, energía o materia. Un Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) comprende actividades mediante las que la organización identifica sus objetivos y determina los procesos y recursos requeridos para lograr los resultados deseados. El SGC gestiona los procesos que interactúan y los recursos que se requieren para proporcionar valor y lograr los resultados para las partes interesadas pertinentes. EL SGC posibilita a la alta dirección optimizar el uso de los recursos considerando las consecuencias de sus decisiones a largo y corto plazo. Un SGC proporciona los medios para identificar las acciones para abordar las consecuencias previstas y no previstas en la provisión de productos y servicios. (Gonzalez & Manzanares, 2020)

Componentes de la Gestión de calidad

El término gestión de calidad tiene significados específicos dentro de cada sector del negocio. Esta definición, que no apunta al aseguramiento de la buena calidad por la definición más general sino a garantizar que una organización o un producto sea consistente. El sistema de gestión de calidad es necesario en una empresa para lograr resultados sobresalientes, donde se compone de: estrategia, táctica y operaciones. A su vez, los componentes incluyen: estructura organizacional, planificación, procesos. El uso del enfoque de gestión PDCA, en cada componente, lo hace único, independiente de los nombres comerciales que le dan las firmas consultoras alrededor del mundo. (López Osorio, 2020)

2.2.2. Atención al cliente.

La atención al cliente es un conjunto de habilidades y técnicas utilizadas para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente. El servicio al cliente es importante para toda empresa porque nos permite construir relaciones de confianza y lealtad con

nuestros clientes. Enfatiza la importancia de un servicio al cliente de calidad, la empatía, el enfoque, la concentración y la resolución de problemas como elementos clave del servicio al cliente. También sugiere que el servicio al cliente debe ser personalizado y adaptado a las necesidades específicas de cada cliente. (Mateos de Pablo, 2019)

Según Yzaguirre (2019), define la atención al cliente como uno de los mayores factores distintivos de una venta. Un buen servicio al cliente es la clave para ganar su lealtad. Esto es esencial para cualquier negocio, ya que un buen servicio atraerá a más clientes.

Esta categoría examina la forma en que la organización determina las necesidades y expectativas de clientes y mercados, también se examina la forma en que la organización mejora sus relaciones con los clientes, y determina su satisfacción. (Mejia et al., 2018)

Según Saba (2018), el servicio al cliente se ha convertido en un arma competitiva para diferenciar el negocio y es muy necesario en un mercado donde abundan los productos con características muy similares. En este término, es importante considerar las definiciones de comunicación con el cliente y retroalimentación del cliente.

Dimensiones de la Atención al Cliente.

Dimensión: Conocer a los clientes

Los clientes actualmente dirigen las relaciones comerciales. No aceptan mal trato ni incumplimientos. La calidad y adaptación a los requisitos son lo que hacen que un servicio sea mejor para el cliente, no solo la eficiencia. Antes, las empresas se centraban en aumentar las ventas, pero ahora se enfocan en el servicio al cliente y procuran armonizar con él y reconducirlo en situaciones difíciles. Conocer las preferencias del cliente y los productos de la empresa es necesario para dar un buen servicio y resolver rápidamente las dudas del cliente. (Mateos de Pablo, 2019)

- a. Mercado objetivo:** La identificación del mercado objetivo es crucial para el éxito de una empresa, según Mateos de Pablo (2019) indica que, las empresas pueden mejorar su satisfacción del cliente al enfocarse en un mercado objetivo específico y desarrollar estrategias de marketing más efectivas.

Dimensión: Fases en la atención al cliente

La interacción entre comprador y vendedor se divide en cinco etapas desde que el cliente entra y hasta que sale tras hacer la compra. (Mateos de Pablo, 2019)

- a. Presentación:** Esta es la primera vista para el cliente porque es la primera vez que se encuentra con el público. La primera impresión de que el empleado es experto y organizado surge fácilmente. (Mateos de Pablo, 2019)
- b. Acogida:** Se realiza el recibimiento y aproximación al cliente. Para una bienvenida exitosa se tienen en cuenta los siguientes puntos: una buena presentación, una actitud tranquila, una cara sonriente. Prioridad a la vista, la vista siempre debe estar por delante de otras actividades. Saludo, cuando se saluda a alguien la persona que lo saluda es el personal de recepción. (Mateos de Pablo, 2019)
- c. Atención personalizada:** Se debe prestar atención al motivo principal de la visita de un comprador a su establecimiento. Asimismo, se debe intentar escuchar atentamente las necesidades de sus visitantes. (Mateos de Pablo, 2019)
- d. Información:** En esta etapa de la comunicación es importante para conocer el comportamiento y tipo de consumidor. Este proceso implica la búsqueda de información una vez identificadas las necesidades del usuario (consultas, solicitudes, opiniones, sugerencias, quejas, etc.). Independientemente del tipo de solicitud que necesite gestionar, es importante responder rápida e inmediatamente. (Mateos de Pablo, 2019)
- e. Despedida:** es la parte final de la atención, por eso es importante mantener la conversación en aspecto positivo. La despedida debe ser amable y significativo, y se debe intentar dirigirse al cliente por su nombre. Durante la fase de despedida se pueden utilizar técnicas verbales y no verbales para mostrar buen comportamiento y respeto hacia el cliente. Algunas acciones sugeridas incluyen agradecer al cliente por su tiempo, ofrecerle ayuda adicional si es necesario y desearle un buen día. (Cabrerizo, 2022)

Dimensión: Técnicas de comunicación: Existen varios tipos de comunicación, dependiendo del número de personas involucradas en el proceso. Además de la comunicación verbal, también cubrimos la comunicación no verbal. Para transmitir completamente su mensaje a sus clientes, debe considerar todos los aspectos del lenguaje no verbal, incluido su lenguaje corporal y apariencia. Obtener más información implícita en la comunicación. (Mateos de Pablo, 2019)

- a. **Comunicación verbal:** La comunicación verbal es la transmisión de información a través del habla o la escritura. En el servicio al cliente, el boca a boca es esencial para generar confianza y lealtad con los clientes. La comunicación verbal eficaz incluye el uso de un lenguaje claro y conciso, un tono de voz adecuado y escuchar activamente al cliente. Destaca que la comunicación verbal debe ser personalizada y adaptada a las necesidades específicas de cada cliente. También enfatiza que es importante utilizar un lenguaje positivo y evitar el uso de jerga o palabras que los clientes puedan malinterpretar. (Mateos de Pablo, 2019)
- b. **Comunicación no verbal:** Implica comunicarse mediante signos, gestos, posturas y posiciones en lugar de palabras. Se cree que es un sistema de señalización emocional que no puede separarse de la comunicación verbal. La comunicación no verbal es muy difícil de ocultar. Porque incluso si eliges no hablar, es prácticamente imposible no enviar un mensaje a través de tu cara o tu cuerpo. (Mateos de Pablo, 2019)

Marco Conceptual

Gestión de calidad: es la capacidad que tiene un producto o servicio para satisfacer las necesidades del usuario, así como las condiciones que tiene durante el proceso productivo. Esta cualidad significa que el producto o servicio debe coincidir con las tareas y características de los usuarios. (Steubel, 2022)

Componentes de la gestión de calidad: vienen a ser: gestión estratégica, gestión del desarrollo, gestión de la innovación, gestión de procesos, gestión operativa y gestión diaria. La utilización del proceso de gestión PDCA en todos los sectores, independientemente de la razón social de las consultoras internacionales, lo hace único. (Steubel, 2022)

Beneficios de la gestión de calidad: un buen sistema de control de calidad nos ayuda a mejorar nuestra posición competitiva e imagen dentro y fuera de la empresa. (Steubel, 2022)

Atención al cliente: Es una serie de actividades interrelacionadas que establece el proveedor para garantizar que el cliente reciba el producto en el momento y lugar adecuado y que se utilice correctamente. El servicio al cliente es una poderosa herramienta de marketing que puede resultar muy eficaz para una organización cuando se utiliza correctamente, por lo que es importante seguir políticas específicas de la empresa. (Da Silva, 2020)

Factores de la atención al cliente: Este es un aspecto clave de un excelente servicio al cliente. Este proceso involucra varios pasos y elementos de los que los clientes sólo hablan cuando compran, y de lo que sucede antes, durante y después de la compra cuando no lo hacen. (Da Silva, 2020)

Estrategias de atención al cliente: La estrategia es una declaración general que define la dirección que tomará una organización para lograr su misión y visión. Los objetivos estratégicos son objetivos que una organización debe cambiar o mejorar para ser o seguir siendo competitiva. Un plan de acción es lo que una organización necesita hacer para lograr sus objetivos estratégicos. (Da Silva, 2020)

Escucha activa: En la investigación sobre comunicación, la escucha atenta se ha convertido en uno de los fundamentos de toda comunicación humana; Por este motivo, la atención al cliente, que es una función importante en el mundo empresarial, utiliza estos procesos como apoyo a la eficiencia y rentabilidad del tiempo invertido. La escucha activa significa escuchar y comprender la conversación desde la perspectiva del hablante. Por lo tanto, la escucha activa también requiere esfuerzo por parte del receptor mientras se concentra en el mensaje y la secuencia en su mente; Sin embargo, existe la necesidad de capacitación en los métodos y rituales que forman parte de la cultura en cuestión. (Mateos de Pablo, 2019)

Empatía: La empatía es la capacidad de comprender los pensamientos y sentimientos de otras personas, ponerse en su lugar y compartir sus sentimientos. Podemos definir una persona empática como una persona que tiene una buena

capacidad para interpretar situaciones debido a su capacidad para analizar señales y adaptarse al entorno que requiere la situación. (Mateos de Pablo, 2019)

2.3. Hipótesis

La presente investigación no contendrá hipótesis por ser un estudio descriptivo.

El propósito de una investigación descriptiva es solo describir; no establece relaciones causales ni tiene hipótesis. La meta de este tipo de investigación es obtener datos precisos y detallados sobre un tema sin extrapolar ni generalizar. (Hernández & Mendoza, 2018)

III. METODOLOGÍA

3.1. Nivel, Tipo y Diseño de la investigación

Nivel

El trabajo de investigación fue descriptivo porque, describió las principales características de la gestión de calidad y la atención al cliente de la empresa ferretería CONSTRUREC S.A.C.

La investigación descriptiva tiene como objetivo determinar las características de una persona, grupo, sociedad, comportamiento, objeto u otro fenómeno a estudiar. Es decir, sólo miden o agregan los conceptos o diferencias que mencionan, de forma independiente o conjunta, es decir, no pretenden mostrar la relación entre ellos.

(Hernández & Mendoza, 2018)

Tipo

La investigación fue de tipo cuantitativo ya que se recolectó información de los puntos muy importantes y los datos de la empresa ferretería CONSTRUREC S.A.C.

Según Hernández & Mendoza (2018), la metodología de investigación del enfoque cuantitativo se centra en la medición numérica y el análisis estadístico de los datos. Este enfoque se define por medir, usar estadísticas, probar hipótesis y analizar causas y efectos.

Diseño

La investigación fue no experimental de corte transversal, ya que no se manipularon las variables a favor del investigador; asimismo, fue transversal porque se recolectó los datos en un determinado tiempo y espacio.

No experimental.

Un diseño no experimental se define como un estudio realizado sin manipulación intencional de variables. Es decir, estos estudios no cambian intencionalmente la variable independiente para ver su efecto sobre otras variables. (Hernández & Mendoza, 2018)

Transversal.

Según Hernández & Mendoza (2018), los diseños de investigación transaccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único.

3.2. Población y muestra.

Población

Según López (2020), una población es un grupo colectivo, es decir, está formado por un gran número de personas que comparten algunas características humanas comunes. Cada personaje tiene un período histórico y una ubicación geográfica. Ninguna población es abstracta

Para la presente investigación se tomó como población los 10 trabajadores de la empresa ferretería CONSTRUREC S.A.C.

Muestra

Según López (2020), una muestra es un subconjunto de una población seleccionada para la investigación. El proceso de selección de muestras es una tarea especial, significativa en términos de metodología y requisitos técnicos, cuyo objetivo es seleccionar unidades totalmente representativas de la población de estudio.

Por ello para la investigación se utilizó la muestra de los 10 trabajadores de la ferretería CONSTRUREC S.A.C.

3.3. Variables, Definición y Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	CATEGORÍAS O VALORACIÓN
Gestión de Calidad	La gestión de la calidad es un conjunto de actividades organizadas implementadas según un sistema rígido para dirigir y gestionar la organización desde una perspectiva de la calidad. Incluye establecer normas y estándares de calidad, para asegurar el cumplimiento de los requisitos de calidad. (Gonzalez & Manzanares, 2020)	Liderazgo	- Política de calidad - Roles y responsabilidades	Likert	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
		Planificación	- Riesgos y oportunidades - Objetivos de la calidad		
		Apoyo	- Recursos - Comunicación		
		Operación	- Planificación y control operacional - Diseño y desarrollo de los productos y servicios		
		Evaluación del desempeño	- Análisis y evaluación - Satisfacción del cliente		
		Mejora	- Acciones correctivas - Mejora continua		
Atención al Cliente	La atención al cliente es un conjunto de habilidades y técnicas utilizadas para satisfacer las necesidades y expectativas del cliente. Es importante para toda empresa porque permite construir relaciones de confianza y lealtad con el cliente. (Mateos de Pablo, 2019)	Conocer a los clientes	- Mercado objetivo	Likert	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
		Fases en la atención al cliente	- Presentación - Acogida - Atención personalizada - Información - Despedida		
		Técnicas de comunicación	- Comunicación verbal - Comunicación no verbal		

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Técnica

Como técnica para la recolección de información se utilizó una encuesta, que fue elaborada en base a las variables en estudio.

Según Westreicher (2022) nos explica que la encuesta es un tipo de herramienta de recopilación de datos que consta de una serie de preguntas estructuradas preparadas previamente y dirigidas a una muestra socialmente representativa de personas con el fin de determinar sus pensamientos y sentimientos sobre un tema o problema particular que afecta a las personas.

Instrumento

Como instrumento para la recolección de información se utilizó un cuestionario estructurada por 20 preguntas. Los cuales fueron validados respectivamente por 3 expertos en investigación. Además, el instrumento se calculó la confiabilidad a través del Alfa de Cronbach, dando como resultado de 0.93 para la variable gestión de calidad con una confiabilidad alta, y un 0.89 para la variable atención al cliente lo cual refleja una confiabilidad alta.

Un cuestionario es una herramienta de recopilación de información que involucra una serie de preguntas estructuradas y no estructuradas planteadas a una muestra socialmente representativa de personas con el fin de determinar sus puntos de vista sobre un tema particular o que les afecta. (Leos, 2021)

3.5. Método de análisis de datos

El primer paso en el proceso de investigación es la obtención de datos. En este caso, se utilizó una encuesta para recopilar información de los empleados. Esta encuesta se realizó a través de un cuestionario que contuvo preguntas 20 para ambas variables. Una vez obtenido los datos, se ordenó mediante una matriz o tabla. Para ello se utilizó la hoja de cálculo Excel para guardar la base de datos de la investigación. Los datos se registraron para realizar comentarios posteriores. Estos resultados se utilizaron para tabular los datos y crear tablas y gráficos. En consecuencia, la confiabilidad de la encuesta se calculó utilizando Alfa de Cronbach. El índice Alfa de Cronbach se utilizó para medir el tipo de confiabilidad y consistencia interna de la escala, es decir, para evaluar el grado de consistencia de los ítems del instrumento. El programa Word y PPT se utilizaron como

soporte de diapositivas para la sustentación. Además, el Turnitin se utilizó para comprobar la originalidad y los derechos de autor del trabajo de investigación.

3.6. Aspectos éticos

La investigación cumplirá con principios éticos contenidos en el Reglamento de Integridad Científica, bajo la Resolución N° 1212-2023-CU-ULADECH Católica del 12 de agosto de 2023, aprobado por el Consejo Universitario. Los principios son:

Protección de las personas: Se mantuvo la protección de los datos durante la investigación para no causar ningún daño a las personas involucradas. Para ello los trabajadores firmaron un consentimiento informado.

Principio beneficencia y no maleficencia: en este punto se enfatizó en establecer métodos claros para asegurar el bienestar de quienes están involucrados, evitando cualquier evento dañino. Por el contrario, se buscó su beneficencia del encuestado.

Principio de justicia: Se permitió a las personas involucradas tener derecho a acceder a la información proporcionada durante el desarrollo de la investigación.

Principio de Integridad Científica: se estableció un estándar de conducta como investigador en todas las áreas de investigación. Todos los participantes fueron claramente informados sobre cada parte del estudio.

Principio de libre participación y derecho a estar informado: En todo momento los involucrados en la investigación tuvieron derecho a solicitar los resultados obtenidos mediante la encuesta aplicada, no se les ocultó u omitió ninguna información.

Principio de protección del medio ambiente y de la diversidad: Se respetó el cuidado del medio ambiente en todo aspecto, sin alterar el ecosistema que los rodea, para ello se evitó el uso excesivo de papeles impresos ya que la encuesta fue de manera virtual.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

Tabla 1

Características de la gestión de calidad en la empresa ferretería Construrec S.A.C

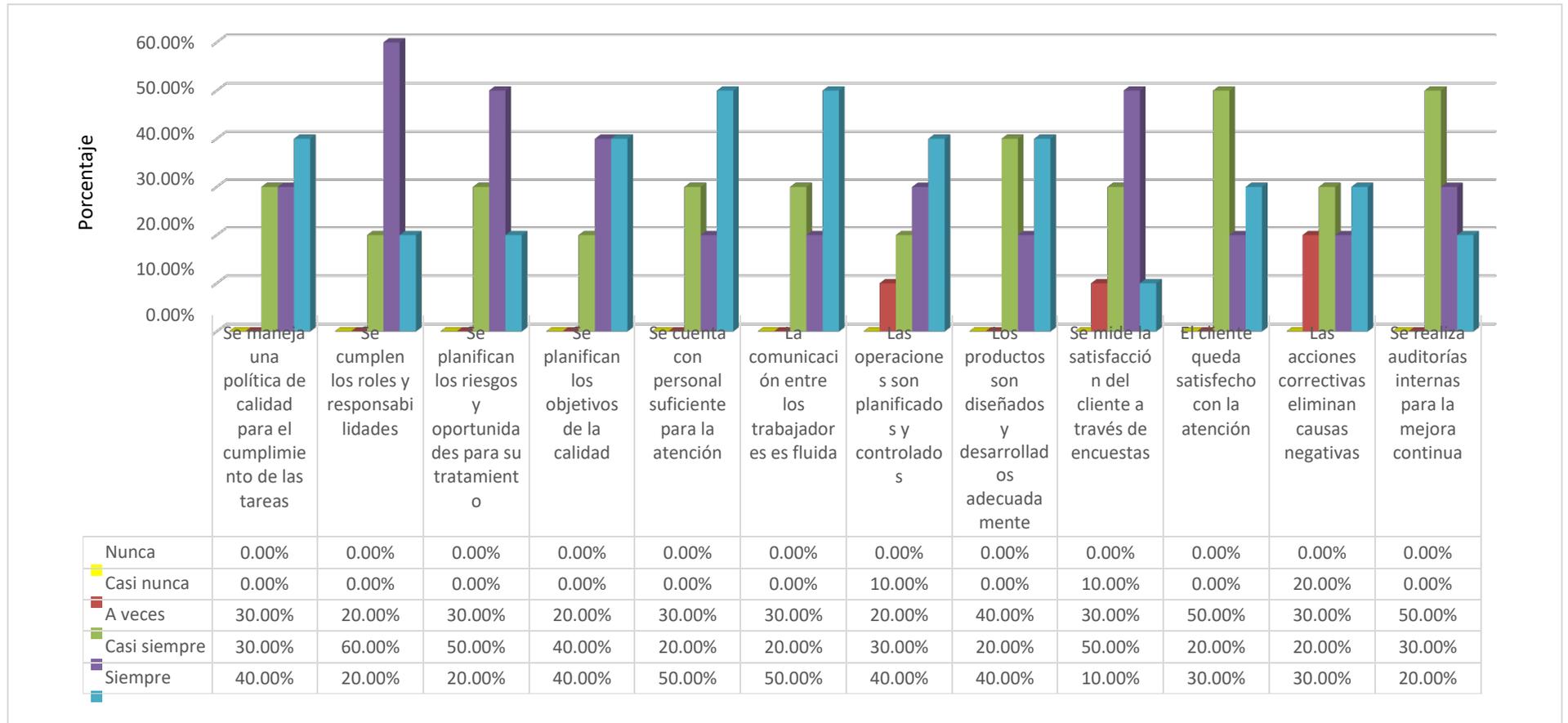
GESTIÓN DE CALIDAD	N	%
Se maneja una política de calidad para el cumplimiento de las tareas		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	3	30.00
Casi siempre	3	30.00
Siempre	4	40.00
TOTAL	10	100.00
Se cumplen los roles y responsabilidades		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	2	20.00
Casi siempre	6	60.00
Siempre	2	20.00
TOTAL	10	100.00
Se planifican los riesgos y oportunidades para su tratamiento		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	3	30.00
Casi siempre	5	50.00
Siempre	2	20.00
TOTAL	10	100.00
Se planifican los objetivos de la calidad		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	2	20.00
Casi siempre	4	40.00
Siempre	4	40.00
TOTAL	10	100.00
Se cuenta con personal suficiente para la atención		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	3	30.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	5	50.00
TOTAL	10	100.00
La comunicación entre los trabajadores es fluida		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	3	30.00

Casi siempre	2	20.00
Siempre	5	50.00
TOTAL	10	100.00
Las operaciones son planificados y controlados		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	10.00
A veces	2	20.00
Casi siempre	3	30.00
Siempre	4	40.00
TOTAL	10	100.00
Los productos son diseñados y desarrollados adecuadamente		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	4	40.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	4	40.00
TOTAL	10	100.00
Se mide la satisfacción del cliente a través de encuestas		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	10.00
A veces	3	30.00
Casi siempre	5	50.00
Siempre	1	10.00
TOTAL	10	100.00
El cliente queda satisfecho con la atención		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	5	50.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	3	30.00
TOTAL	10	100.00
Las acciones correctivas eliminan causas negativas		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	2	20.00
A veces	3	30.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	3	30.00
TOTAL	10	100.00
Se realiza auditorías internas para la mejora continua		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	5	50.00
Casi siempre	3	30.00
Siempre	2	20.00
TOTAL	10	100.00

Nota: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa ferretería Construrec S.A.C. 2023

Figura 1

Características de la gestión de calidad en la empresa ferretería Construrec S.A.C



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa ferretería Construrec S.A.C. 2023

Tabla 2*Características de la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C*

ATENCIÓN AL CLIENTE	N	%
Se tiene definido el mercado objetivo		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	10.00
A veces	5	50.00
Casi siempre	3	30.00
Siempre	1	10.00
TOTAL	10	100.00
La presentación del personal es la adecuada		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	4	40.00
Casi siempre	4	40.00
Siempre	2	20.00
TOTAL	10	100.00
Se ofrece una acogida agradable a cada cliente		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	2	20.00
Casi siempre	3	30.00
Siempre	5	50.00
TOTAL	10	100.00
Se brindan una atención personalizada a los clientes		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	3	30.00
Casi siempre	3	30.00
Siempre	4	40.00
TOTAL	10	100.00
Se busca información de las necesidades del cliente		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	10.00
A veces	4	40.00
Casi siempre	1	10.00
Siempre	4	40.00
TOTAL	10	100.00
La despedida va acompañada de un agradecimiento		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	2	20.00
Casi siempre	4	40.00
Siempre	4	40.00

TOTAL	10	100.00
--------------	-----------	---------------

La comunicación verbal con el cliente es clara y concisa

Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	3	30.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	5	50.00
TOTAL	10	100.00

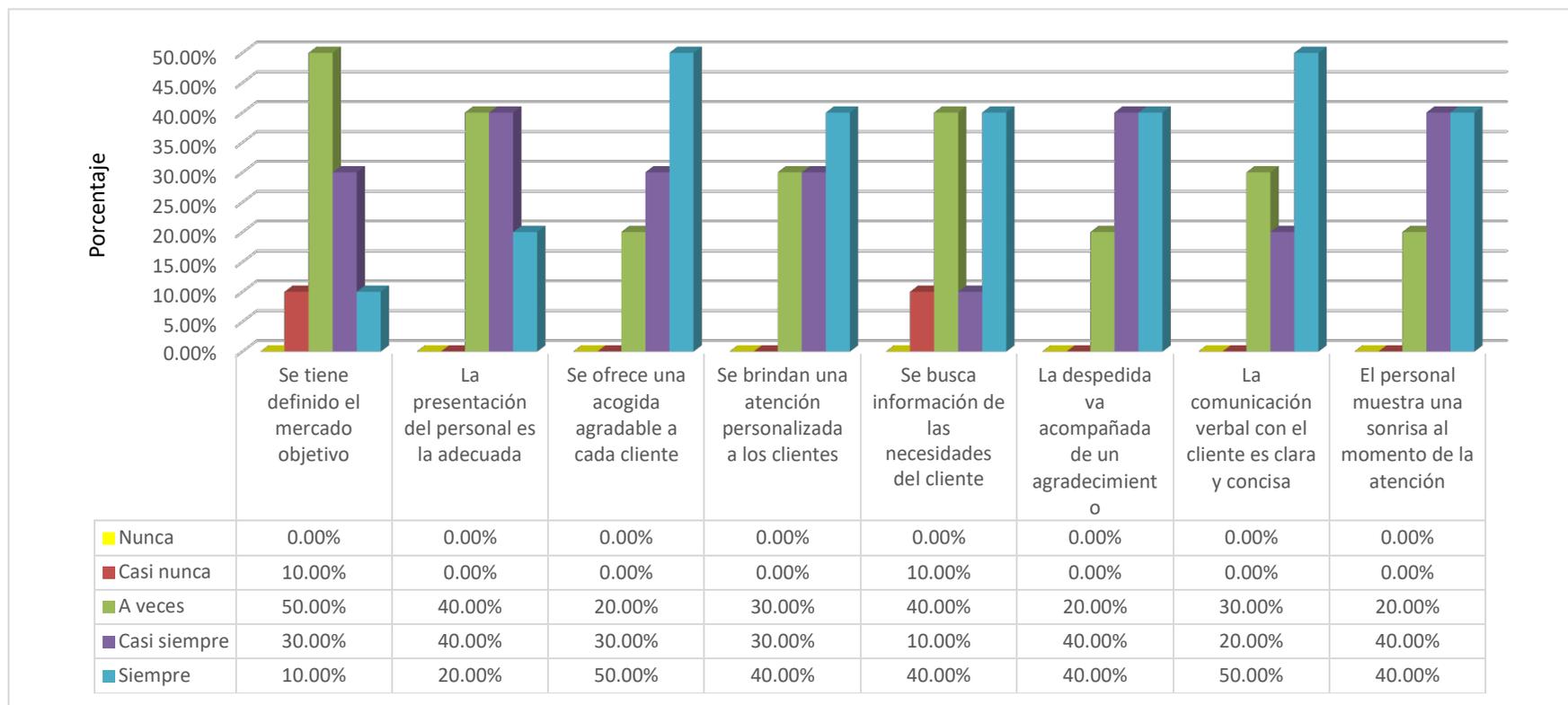
El personal muestra una sonrisa al momento de la atención

Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	2	20.00
Casi siempre	4	40.00
Siempre	4	40.00
TOTAL	10	100.00

Nota: Encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa ferretería Construrec S.A.C. 2023

Figura 2

Características de la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la encuesta aplicada a los trabajadores de la empresa ferretería Construrec S.A.C. 2023

Tabla 3

Propuesta de mejora de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C

PROBLEMA ENCONTRADO	OBJETIVO	CAUSA	ACCIONES DE MEJORA	META	INDICADOR	PRESUPUESTO	RESPONSABLE
El 40% manifiestan que a veces los productos son diseñados y desarrollados adecuadamente	Diseñar y desarrollar adecuadamente los productos	Demasiada reutilización de diseños	Evitar la reutilización excesiva de diseños e innovar con nuevos productos, utilizar estrategias de promoción	Mejorar al 100% el diseño y desarrollo de los productos	Pruebas de usuario para evaluar la efectividad de los diseños existentes y determinar si se deben adquirir nuevos diseños.	S/. 500.00	Gerente general
El 50% afirman que a veces el cliente queda satisfecho con la atención	Satisfacer al cliente con una buena atención	Falta de atención personalizada	Realizar evaluaciones para identificar los gustos y preferencias de los clientes	Mejorar la atención personalizada en un 100%	Encuestas realizadas a los clientes	S/. 500.00	Gerente general
El 30% indican que a veces las acciones correctivas eliminan causas negativas	Eliminar las causas negativas a través de acciones correctivas	Las acciones correctivas no son monitoreadas adecuadamente para asegurar su efectividad.	Permitir el control y seguimiento de las diferentes acciones que se desarrollan.	Eliminar las causas negativas al 100% con las acciones correctivas	Indicadores de rendimiento y desempeño de las actividades	S/. 700.00	Gerente general
El 50% mencionan que a veces se realiza auditorías internas para la mejora continua	Realizar auditorías internas para una mejora continua	Resistencia al cambio	Implementar un sistema de gestión de calidad en base a las Normas ISO 9001-2015	Generar una mejora continua en un 100%	Auditorías periódicas	S/. 2000.00	Gerente general y Auditor externo

El 50% indican que a veces se tiene definido el mercado objetivo	Definir el mercado objetivo	La falta de investigación de mercado	Realizar estudios de mercado periódicamente	Incrementar en un 100% el público objetivo	Encuestas de estudio de mercado	S/. 500.00	Gerente general y colaboradores
El 40% mencionan que a veces la presentación del personal es la adecuada	Mejorar la presentación del personal	La falta de política de vestimenta	Proporcionar recursos a los trabajadores	Mejorar el aspecto de presentación de los trabajadores en un 100%	Encuesta de opinión dirigido a los clientes sobre el aspecto de presentación	S/. 500.00	Gerente general y colaboradores
El 40% afirman que a veces se busca información de las necesidades del cliente	Buscar información de las necesidades del cliente	Falta de interés por los gustos y preferencias de los clientes	Realizar encuestas para identificar las necesidades de los clientes	Aumentar la información de las necesidades de los clientes en un 100%	Encuestas realizadas a los clientes	S/. 500.00	Gerente general y colaboradores

4.2. Discusión

Respecto al objetivo específico 1: Describir las características de la gestión de calidad en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023

Política de calidad: el 40% indican que siempre se maneja una política de calidad para el cumplimiento de las tareas. Estos resultados difieren con Mezones (2020) quien encontró que el 100% de los propietarios encuestados dan a conocer que no cuentan con políticas dentro de la empresa. Como lo indican Gonzalez & Manzanares (2020) que la política de calidad es el núcleo del sistema de gestión de calidad, todos los requisitos se centran en asegurar su cumplimiento. Por lo que, la política de calidad debe ser clara, concisa y de fácil comprensión para todos los trabajadores de la organización. Asimismo, la política debe aclarar qué se espera de los trabajadores en términos de calidad y cómo este será medido. Por ello, para desarrollar una política de calidad eficaz, es importante que la alta dirección de la empresa esté comprometida con la calidad y que la importancia de la calidad se comunique claramente a todos los trabajadores. Además, es importante revisar y actualizar periódicamente la política de calidad para garantizar que siga siendo relevante y eficaz.

Roles y responsabilidades: el 60% mencionan que casi siempre se cumplen los roles y responsabilidades. Estos resultados concuerdan con Cueva (2021) quien encontró que el 42% casi siempre conocen sus funciones y responsabilidades. Como lo indica Gonzalez & Manzanares (2020) que la alta dirección debe asegurar la asignación existente, comunicación y comprensión de las responsabilidades y autoridades relevantes en la organización. Por lo que, los roles y responsabilidades claros ayudan a aumentar la eficiencia y la productividad de la empresa porque los trabajadores saben exactamente qué se espera de ellos y cómo encajan en la estructura organizacional. Asimismo, las funciones y responsabilidades claramente definidas también pueden ayudar a reducir la confusión y los malentendidos dentro de la empresa. Puesto que, cuando los empleados saben exactamente lo que se espera de ellos, es menos probable que se cometan errores y malentendidos.

Riesgos y oportunidades: el 50% manifiestan que casi siempre se planifican los riesgos y oportunidades para su tratamiento. Estos resultados contrastan con Quispe (2023) quien encontró que el 57.14% a veces identifican riesgos con una evaluación periódica. Como lo indica Gonzalez & Manzanares (2020) que, para controlar los riesgos y

oportunidades, es importante establecer un procedimiento de gestión de riesgos y oportunidades, para cumplir este requisito, la organización debe considerar su comprensión del contexto, los procesos y las necesidades de las partes interesadas. En tal sentido, se podría decir que los riesgos son eventos o situaciones que pueden afectar negativamente al negocio, mientras que las oportunidades son eventos o situaciones que pueden afectar positivamente al negocio. Por ello, para identificar los riesgos y oportunidades, la empresa puede realizar un análisis de riesgos y oportunidades, a través de un proceso sistemático para identificar, evaluar y priorizar los riesgos y oportunidades que enfrenta la empresa. Una vez identificados los riesgos y oportunidades, la empresa debe tomar medidas para abordarlos.

Objetivos de la calidad: el 40% aseguran que casi siempre se planifican los objetivos de la calidad. Estos resultados concuerdan con Mezones (2020) quien encontró que el 75% de los propietarios encuestados afirman que si están alcanzando sus objetivos. Como lo indica Gonzalez & Manzanares (2020) que la organización debe fijar objetivos de calidad para las áreas y niveles adecuados, así como los procesos requeridos para el sistema de gestión de calidad. Por ello, los objetivos de calidad deben guardar relación con la política de calidad de la empresa y deben alcanzables, para así poder lograr la consistencia del producto y servicio, logrando aumentar la satisfacción del cliente. En ese sentido, los objetivos de calidad son una buena forma de concentrar los esfuerzos de una empresa en la mejora continua y la satisfacción del cliente.

Recursos: el 50% afirman que siempre se cuenta con personal suficiente para la atención. Estos resultados coinciden con Mezones (2020) quien encontró que el 100% de los propietarios encuestados, si cuentan con los recursos necesarios. Como lo indica Gonzalez & Manzanares (2020) que una organización que sigue la norma ISO 9001 debe analizar sus capacidades y proveer los recursos necesarios para establecer, implementar, mantener y mejorar su sistema de gestión de calidad. Por lo que, para determinar si existen suficientes recursos humanos se deben tener en cuenta varios factores, como el tamaño de la empresa, la cantidad de trabajo a realizar y el número de empleados disponibles; pero no solo es indispensable los recursos humanos, sino también es muy importante aquellos recursos materiales, de infraestructura y entre otros que ayudan a concretar los objetivos y metas trazadas por la empresa.

Comunicación: el 50% indican que siempre la comunicación entre los trabajadores es fluida. Estos resultados difieren con Quispe (2023) quien encontró que el 57.14% casi

siempre tienen una comunicación fluida con el personal. Como lo indica Gonzalez & Manzanares (2020) que se puede incluir el control en las comunicaciones internas y externas del sistema de gestión de calidad en el procedimiento de formación y comunicación. Con el objetivo de estandarizar la comunicación. En ese sentido, es importante que las empresas fomenten una cultura de comunicación abierta y proactiva. Esto puede incluir la creación de grupos de trabajo, la organización de eventos sociales y el fomento de la retroalimentación y la colaboración entre los empleados, todas estas acciones, aunque parezcan insignificantes ayudan a reforzar la confianza y el apoyo entre compañeros de trabajo.

Planificación y control operacional: el 40% mencionan que siempre las operaciones son planificadas y controladas. Estos resultados concuerdan con Escobar () quien encontró que el 73.53% si consideran que la planificación se aplica en la organización. Como lo indica Gonzalez & Manzanares (2020) que la planificación debe adecuarse a las operaciones de la organización. Es necesario supervisar los cambios previstos y evaluar las repercusiones de los cambios imprevistos, tomando medidas para reducir cualquier impacto negativo, si es necesario. Por ello, para poder lograr una planificación y control operativo se debería implementar y controlar aquellos procesos necesarios para la producción y prestación de servicios. Esto incluye determinar aquellos requisitos de calidad de los productos y servicios, aquellos criterios de aceptación de productos y servicios, determinar los recursos necesarios, implementar controles de procesos y documentar toda información.

Diseño y desarrollo de los productos y servicios: el 40% manifiestan que a veces los productos son diseñados y desarrollados adecuadamente. Estos resultados contrastan con Quispe (2023) quien encontró que el 57.14% casi siempre definen adecuadamente los desarrollos de procesos. Como lo indica Gonzalez & Manzanares (2020) que la organización debe tener un proceso de diseño y desarrollo apropiado para garantizar la entrega futura de productos y servicios. Es por eso que, se debe comenzar con un plan que defina cómo se ejecutará el diseño y desarrollo de los productos y servicios, además es importante comprender las necesidades que pueden surgir en el contexto de la organización, como el pensamiento de aplicaciones basado en riesgos, los requisitos del cliente y las estrategias de la organización, estudios e investigaciones de mercado, cambios de procesos, nuevas tecnologías, entre otros.

Análisis y evaluación: el 50% aseguran que casi siempre se mide la satisfacción del cliente a través de encuestas. Estos resultados difieren con Oblitas (2021) quien encontró que el 78% señala que no se hace evaluaciones periódicas de la gestión de calidad. Como lo indica Gonzalez & Manzanares (2020) que la revisión y evaluación de los datos e información se pueden llevar a cabo en las revisiones de dirección, aunque es recomendable realizar reuniones mensuales de seguimiento por grupos de mejora o un Grupo de mejora multidisciplinario con representantes de todos los departamentos. Por lo que, la empresa debe analizar y evaluar los datos e información del monitoreo y evaluar el cumplimiento de productos y servicios, la satisfacción del cliente y la efectividad y eficiencia del sistema de gestión de calidad si la planificación se lleva a cabo de manera efectiva.

Satisfacción del cliente: el 50% afirman que a veces el cliente queda satisfecho con la atención. Estos resultados difieren con Mezones (2020) quien encontró que el 100% de los encuestados indican que los productos ofrecidos no satisfacen sus necesidades. Como lo indica Gonzalez & Manzanares (2020) que la norma ISO 9001 no obliga a hacer encuestas de satisfacción de clientes, pero si se hacen, los resultados deben tenerse en cuenta para evaluar la satisfacción del cliente. La dirección de la organización y los responsables comerciales deben decidir sobre las encuestas de satisfacción de clientes. En tanto que, la satisfacción del cliente es importante para todas las empresas porque el nivel de satisfacción del cliente puede traer enormes beneficios o pérdidas a cualquier empresa. Por ello, para medir la satisfacción del cliente, es importante realizar encuestas, entrevistas y pruebas de usuarios. Es así que, la información sobre la satisfacción del cliente, incluidas encuestas, reseñas y calificaciones, puede ayudar a las empresas a determinar cómo mejorar o cambiar sus productos y servicios.

Acciones correctivas: el 30% indican que a veces las acciones correctivas eliminan causas negativas. Estos resultados contrastan con Cabello (2022) quien encontró que el 66.67% siempre identifican resultados no deseables y toman acciones correctivas. Como lo indica Gonzalez & Manzanares (2020) que las acciones tomadas para corregir una no conformidad o queja del cliente deben ser consistentes con el propósito de la no conformidad o queja del cliente. Por lo que, estas acciones correctivas pueden ser sugerencias de mejora que a causa de la no conformidad descubierta dentro de la organización. Asimismo, estas acciones correctivas podrían ser una solución que ha sido propuesta para abordar la causa del problema. Al momento de hacer una acción correctiva

siempre se debe abordar la causa raíz de la no conformidad, asegurando así que la desviación o no conformidad no se repita dentro de la empresa.

Mejora continua: el 50% mencionan que a veces se realiza auditorías internas para la mejora continua. Estos resultados contrastan con Escobar (2022) quien encontró que el 55.88% indican que dentro de la organización si existe la mejora continua. Como lo indica Gonzalez & Manzanares (2020) que las organizaciones deben mejorar continuamente su sistema de gestión de la calidad y su eficacia. Si la organización tiene la certificación del Sistema de gestión de calidad ISO 9001, debe demostrar anualmente una mejora continua de su sistema de gestión de calidad mediante auditorías de gestión adecuadas o renovaciones de certificación. Por ello que, para que la mejora continua sea verdaderamente efectiva es importante que se implemente en toda la empresa; de hecho, todo empleado debe contar con los recursos necesarios para poder aplicarlo como parte de sus funciones. Para ello, es importante entender que este método no pretende resolver un problema específico, sino que debe aplicarse de forma sistemática y continua.

Respecto al objetivo específico 2: Establecer las características de la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023

Mercado objetivo: el 50% indican que a veces se tiene definido el mercado objetivo. Estos resultados contrastan con Mezones (2020) quien encontró que el 100% de los encuestados afirma que la no conocen el comportamiento del público objetivo. Como lo indica Mateos de Pablo (2019) que las empresas pueden mejorar su satisfacción del cliente al enfocarse en un mercado objetivo específico y desarrollar estrategias de marketing más efectivas. Por lo que, las empresas deben segmentar su mercado objetivo para puedan tomar decisiones y desarrollar mensajes personalizados para los consumidores que su empresa quiere satisfacer. Por ello, es importante que las empresas encuentren su mercado objetivo para implementar estrategias de marketing más precisas y efectivas. Además, ayuda a reforzar mensajes óptimos que puedan ser identificados por el público objetivo.

Presentación: el 40% mencionan que a veces la presentación del personal es la adecuada. Estos resultados difieren con Cuzco & Rojas (2023) quienes encontraron que el 41.9% de los aspectos tangibles de la empresa están en un nivel alto. Como lo indica Mateos de Pablo (2019) que esta es la primera vista para el cliente porque es la primera vez que se encuentra con el público. La primera impresión de que el empleado es experto y

organizado surge fácilmente. Lo que significa que, la importancia de la imagen personal de los trabajadores es fundamental para dar una buena primera impresión, generar confianza, crear una conexión emocional y superar las posibles objeciones de los clientes. Esto significa que su apariencia, actitud y lenguaje corporal enviarán mensajes a los clientes. Por ello, conocer la personalidad del trabajador puede ayudar a hacerlo más amigable y empático.

Acogida: el 50% manifiestan que siempre se ofrece una acogida agradable a cada cliente. Estos resultados contrastan con Escobar (2022) quien encontró que el 76.56% están satisfechos con el trato de amabilidad que los colaboradores le otorgan. Como lo indica Mateos de Pablo (2019) que se realiza el recibimiento y aproximación al cliente. Para una bienvenida exitosa se tienen en cuenta los siguientes puntos: una buena presentación, una actitud tranquila, una cara sonriente. Prioridad a la vista, la vista siempre debe estar por delante de otras actividades. En tal sentido, la acogida es esencial para establecer buenas relaciones futuras con los clientes. Por lo que todo dependerá de cómo se desarrolle la bienvenida al establecimiento, así que se debe mostrar una buena actitud. Es así que, cuando un cliente ingresa a las instalaciones, incluso si ha estado allí muchas veces, se crea una nueva relación que representa una nueva experiencia. Se debe recordar que existe una alta probabilidad de que los clientes retornen y recomienden a otros, ya que se sintieron como en casa cuando durante la atención.

Atención personalizada: el 40% aseguran que siempre se brindan una atención personalizada a los clientes. Estos resultados coinciden con Fuentes (2023) quien encontró que el 60% están totalmente de acuerdo con la atención personalizada brindada por la empresa. Como lo indica Mateos de Pablo (2019) que se debe prestar atención al motivo principal de la visita de un comprador a su establecimiento. Asimismo, se debe intentar escuchar atentamente las necesidades de sus visitantes. Por ello, siempre se debe recordar que los clientes quieren sentirse especiales y les gusta el concepto de exclusividad, a ellos les gustan las empresas que intentan conocer sus nombres, gustos y preferencias. Por lo que esta práctica beneficia tanto a los clientes como a la empresa; gracias a ello, los clientes se sentirán escuchados y notados por la empresa, esto conlleva un cierto sentido de pertenencia y lealtad.

Información: el 40% afirman que a veces se busca información de las necesidades del cliente. Estos resultados contrastan con Mezones (2020) quien encontró que el 100% de los propietarios encuestados indican que el personal no brinda información sobre los

productos. Como lo indica Mateos de Pablo (2019) que la comunicación es importante para conocer el comportamiento y tipo de consumidor. Este proceso implica la búsqueda de información una vez identificadas las necesidades del usuario. En ese sentido, es importante que los clientes reciban información clara y precisa sobre los productos o servicios que se les ofrecen. Como también, la información debe estar actualizada, es decir, proporcionarse cuando los clientes la necesiten. Por ello, para proporcionar a los clientes la información correcta, es importante formar al personal de la empresa, ellos deben ser conscientes de las necesidades que plantean los clientes y saber gestionarlas para acelerar el proceso.

Despedida: el 40% indican que casi siempre la despedida va acompañada de un agradecimiento. Como lo indica Cabrerizo (2022) que es la parte final de la atención, por eso es importante mantener la conversación en aspecto positivo. La despedida debe ser amable y significativo, y se debe intentar dirigirse al cliente por su nombre. Por lo que, no solo la buena acogida o bienvenida es de suma importancia, pues también lo es la despedida, este pequeño momento que a la vez es un momento clave para ganar la fidelización y agrado en la atención del cliente en su etapa final, una buena despedida de la manera mas cordial hace que el cliente se sienta muy querido y especial, hasta le podría alegrar su día.

Comunicación verbal: el 50% mencionan que siempre la comunicación verbal con el cliente es clara y concisa. Estos resultados contrastan con Oblitas (2021) quien encontró que el 76% señala que no hay comunicación a los clientes de la mejora continua. Como lo indica Mateos de Pablo (2019) que la comunicación verbal es la transmisión de información a través del habla o la escritura. En el servicio al cliente, el boca a boca es esencial para generar confianza y lealtad con los clientes. Por ende, es importante tener en cuenta que la comunicación verbal puede verse afectada por las barreras del idioma, como las diferencias en el idioma, el nivel educativo y el estatus social, lo que puede crear barreras incluso entre personas que hablan el mismo idioma. Por eso, es importante capacitar al personal en su capacidad comunicativa, para que puedan desarrollar habilidades comunicativas y adaptarse a nuevos entornos.

Comunicación no verbal: el 40% manifiestan que casi siempre el personal muestra una sonrisa al momento de la atención. Como lo indica Mateos de Pablo (2019) que implica comunicarse mediante signos, gestos, posturas y posiciones en lugar de palabras. Se cree que es un sistema de señalización emocional que no puede separarse de la

comunicación verbal. En este tipo de comunicación, la comunicación no es de manera verbal, pero si puede reforzar lo que uno quiere expresar verbalmente a través de un lenguaje corporal, ya que al momento de atender al cliente el personal podría estar expresando verbalmente una cosa, pero su imagen corporal, los gestos, el comportamiento, expresaría lo contrario.

PLAN DE MEJORA

1. Datos Generales

Nombre o razón social: CONSTRUREC S.A.C.

Dirección: Jr. José Olaya 390 San Ignacio - Cascamajara

RUC: 20600065433

2. Misión

Satisfacer las necesidades del público en comercialización de materiales para la construcción, con un excelente servicio al cliente, con la mejor calidad, garantía y el más bajo precio.

3. Visión

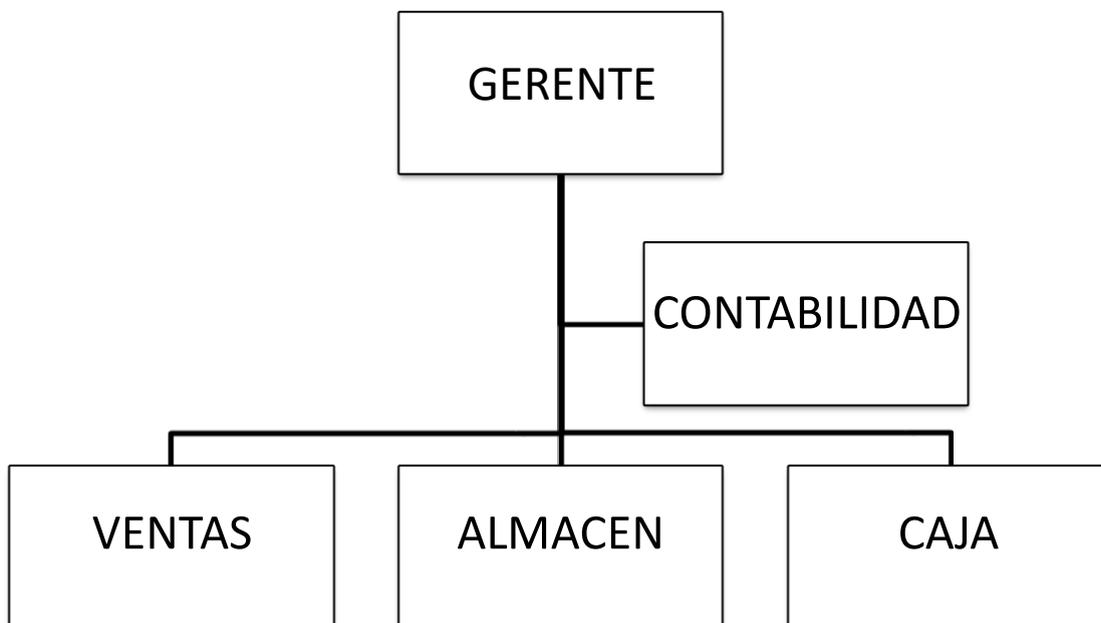
Ser líder del mercado nacional en la comercialización de materiales de construcción, industriales y del hogar, satisfaciendo oportunamente las necesidades de los clientes.

4. Objetivos

- Brindar el mejor servicio con materiales de alta calidad y el mejor precio.
- Cumplir con las normas, reglamentos y procedimientos internos y externos de la empresa.
- Crear valor añadido para lograr la fidelización de los clientes.
- Buscar la satisfacción del cliente.
- Implementar la responsabilidad social corporativa y proteger el medio ambiente.

5. Organigrama

Organigrama propuesto para la ferretería CONSTRUREC S.A.C.



Descripción de las funciones

Cargo	Gerente general
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciados en administración y campos afines. - Liderazgo - Ser comunicativo - Manejo financiero - Trabajo en equipo - Trabajar bajo presión
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Organizar y planificar eventos de empresa - Reclutar empleados según puestos - Evaluar el desempeño de los empleados - Confirmar control de asistencia - Programar reuniones de incorporación de empleados - Desarrollar objetivos y estrategias para la mejora continua

Cargo	Vendedor
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios secundarios completos - Al menos 6 meses de experiencia en el campo requerido

	<ul style="list-style-type: none"> - Tener empatía y paciencia con los clientes - Habilidades en atención al cliente - Facilidad de palabra y convencimiento - Sin antecedentes policiales ni judiciales. - Trabajar bajo presión - Trabajar 6 días a la semana.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Mantener los artículos en orden. - Conocer los productos en oferta. - Organizar el material de oficina. - Limpieza de las instalaciones de la oficina. - Ser amable con los clientes. - Responder preguntas de los clientes. - Atender a los clientes ofreciendo variedad de productos
Cargo	Cajero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Egresado o técnico en administración, contabilidad o carreras afines - 1 año de experiencia en el campo requerido - Brindar buena atención - Responsabilidad y compromiso - Conocimientos de caja registradora - Trabajar 6 días a la semana.
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar facturación y cobro de pagos. - Identificación de billetes y monedas falsos. - Consultar mensajes en las redes sociales. - Abrir y cerrar caja. - Realizar cobros con tarjeta. - Proporcionar mensajes promocionales a los clientes. - Responder llamadas de consultas
Cargo	Almacenero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller o técnico en administración, contabilidad o afines - Experiencia laboral en empresa ferretera - Horario completo de lunes a sábado - Experiencia en almacén mínimo 6 meses
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Registrar y verificar el inventario y registro de Kardex

	<ul style="list-style-type: none"> - Manipulación de mercancías y organización de materiales - Manejar adecuadamente la mercancía durante la descarga, carga y envío - Mantener control diario sobre el estado de los materiales - Coordinar con el gerente para recibir materiales de proveedores o transportistas según pautas de envío, órdenes de compra - Colaborar con su superior inmediato para revisar todos los aspectos de la documentación.
--	--

Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Titulado en contabilidad - Experiencia de al menos 1 año o más - Conocimiento en estados financieros. - Excel avanzado
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Revisar la situación financiera de la empresa. - Controlar los ingresos y egresos de la empresa. - Apoyar a los gerentes en la formulación de planes estratégicos - Gestionar los recursos financieros de la empresa.

6. Diagnóstico General

MATRIZ FODA		FORTALEZAS		DEBILIDADES			
		F1	Rapidez en la entrega del producto	D1	Escaso manejo de inventarios		
		F2	Variedad de productos	D2	Poca confianza con el personal		
		F3	Precios al alcance	D3	Rotación de personal constante		
		F4	Garantía de productos	D4	Ambiente laboral conflictivo		
		F5	Innovación constante	D5	Poca motivación al personal		
		F6	Cantidad de personal suficiente	D6	No se cuenta con página web		
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS DO			
O1	Construcción de nuevas viviendas	Proveer productos de calidad en cuestión de artículos ferreteros, garantizando la variedad y precios. (F2, F3, F4, F5, O1, O5) Crear nuevas sucursales en cada provincia de la región los cuales estarán al alcance de la población. (F5, O1, O2, O3)	Mejorar el ambiente laboral a través de motivaciones económicas como bonificaciones, y no económicas como vacaciones. (D2, D4, D5, O3, O6) Capacitar al personal constantemente respecto a la buena atención al cliente. (D1, D3, O3, O5)	O2	Posibilidades de expansión		
O3	Facilidades de préstamos en entidades financieras			O4	Acceso a tecnologías novedosas		
O5	Ingreso de nuevos productos			O6	Programas de apoyo empresarial		
AMENAZAS				ESTRATEGIAS FA		ESTRATEGIAS DA	
A1	La inflación de los precios			Establecer estrategias de contingencia ante situaciones negativas. (F4, F6, A1, A2, A3, A4, A5) Generar propuestas de valor, innovando la variedad de productos según las necesidades de los clientes. (F1, F2, F3, F4, F5, A1, A3, A5)	Generar más empleos aperturando nuevas sucursales en cada provincia de la región. (D3, A6) Crear página web para promocionar los productos, a través de tiendas virtuales. (D6, A3, A5)	A2	Situación del país
A3	Competencia desleal					A4	Inseguridad en el distrito
A5	Vendedores de materiales de segunda mano	A6	Desempleo				

7. Problemas

INDICADOR	PROBLEMA ENCONTRADO	CAUSA
Diseño y desarrollo de los productos y servicios	A veces los productos son diseñados y desarrollados adecuadamente	Demasiada reutilización de diseños
Satisfacción del cliente	A veces el cliente queda satisfecho con la atención	Falta de atención personalizada
Acciones correctivas	A veces las acciones correctivas eliminan causas negativas	Las acciones correctivas no son monitoreadas adecuadamente para asegurar su efectividad.
Mejora continua	A veces se realiza auditorías internas para la mejora continua	Resistencia al cambio
Mercado objetivo	A veces se tiene definido el mercado objetivo	La falta de investigación de mercado
Presentación	A veces la presentación del personal es la adecuada	La falta de política de vestimenta
Información	A veces se busca información de las necesidades del cliente	Falta de interés por los gustos y preferencias de los clientes

8. Establecer Soluciones

INDICADOR	PROBLEMA ENCONTRADO	ACCIONES DE MEJORA
Diseño y desarrollo de los productos y servicios	A veces los productos son diseñados y desarrollados adecuadamente	Evitar la reutilización excesiva de diseños e innovar con nuevos productos, utilizar estrategias de promoción
Satisfacción del cliente	A veces el cliente queda satisfecho con la atención	Realizar evaluaciones para identificar los gustos y preferencias de los clientes
Acciones correctivas	A veces las acciones correctivas eliminan causas negativas	Permitir el control y seguimiento de las diferentes acciones que se desarrollan.
Mejora continua	A veces se realiza auditorías internas para la mejora continua	Implementar un sistema de gestión de calidad en base a las Normas ISO 9001-2015
Mercado objetivo	A veces se tiene definido el mercado objetivo	Realizar estudios de mercado periódicamente
Presentación	A veces la presentación del personal es la adecuada	Proporcionar recursos a los trabajadores
Información	A veces se busca información de las necesidades del cliente	Realizar encuestas para identificar las necesidades de los clientes

9. Recursos para la implementación de las estrategias

ESTRATEGIAS	RECURSOS HUMANOS	RECURSOS ECONOMICOS	RECURSOS TECNOLOGICOS	TIEMPO
Evitar la reutilización excesiva de diseños e innovar con nuevos productos, utilizar estrategias de promoción	Gerente general	S/. 500.00	Computadora/laptop	Mensual
Realizar evaluaciones para identificar los gustos y preferencias de los clientes	Gerente general	S/. 500.00	Computadora/laptop	Trimestral
Permitir el control y seguimiento de las diferentes acciones que se desarrollan.	Gerente general	S/. 700.00	Computadora/laptop	Mensual
Implementar un sistema de gestión de calidad en base a las Normas ISO 9001-2015	Gerente general y Auditor externo	S/. 2000.00	Computadora/laptop	Anual
Realizar estudios de mercado periódicamente	Gerente general y colaboradores	S/. 500.00	Computadora/laptop	Trimestral
Proporcionar recursos a los trabajadores	Gerente general y colaboradores	S/. 500.00	Computadora/laptop	Trimestral
Realizar encuestas para identificar las necesidades de los clientes	Gerente general y colaboradores	S/. 500.00	Computadora/laptop	Trimestral

10. Cronograma de actividades

N°	Estrategias	Inicio	Término	AÑO 2024											
				Febrero				Marzo				Abril			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Evitar la reutilización excesiva de diseños e innovar con nuevos productos, utilizar estrategias de promoción	01/02/2024	04/04/2024	x				x				x			
2	Realizar evaluaciones para identificar los gustos y preferencias de los clientes	01/02/2024	30/04/2024	x											x
3	Permitir el control y seguimiento de las diferentes acciones que se desarrollan.	01/02/2024	04/04/2024	x				x				x			
4	Implementar un sistema de gestión de calidad en base a las Normas ISO 9001-2015	01/02/2024	30/12/2024	x											
5	Realizar estudios de mercado periódicamente	01/02/2024	30/04/2024	x											x
6	Proporcionar recursos a los trabajadores	01/02/2024	30/04/2024	x											x
7	Realizar encuestas para identificar las necesidades de los clientes	01/02/2024	30/04/2024	x											x

V. CONCLUSIONES

Los trabajadores de la empresa ferretería Construrec S.A.C indicaron en su mayoría que, siempre se maneja una política de calidad para el cumplimiento de las tareas, casi siempre se cumplen los roles y responsabilidades, casi siempre se planifican los riesgos y oportunidades para su tratamiento, casi siempre se planifican los objetivos de la calidad, siempre se cuenta con personal suficiente para la atención, siempre la comunicación entre los trabajadores es fluida, siempre las operaciones son planificados y controlados, a veces los productos son diseñados y desarrollados adecuadamente, casi siempre se mide la satisfacción del cliente a través de encuestas, a veces el cliente queda satisfecho con la atención, a veces las acciones correctivas eliminan causas negativas, a veces se realiza auditorías internas para la mejora continua. En ese sentido se podría decir que, la empresa de ferretería Construrec S.A.C., la política de calidad de la empresa y la mayoría de las tareas se realizan según lo planificado; pero la empresa puede mejorar ciertas áreas, como el diseño y desarrollo de productos y la satisfacción del cliente, mediante auditorías internas y acciones correctivas.

Los trabajadores de la empresa ferretería Construrec S.A.C mencionaron en su mayoría que, a veces se tiene definido el mercado objetivo, a veces la presentación del personal es la adecuada, siempre se ofrece una acogida agradable a cada cliente, siempre se brindan una atención personalizada a los clientes, a veces se busca información de las necesidades del cliente, casi siempre la despedida va acompañada de un agradecimiento, siempre la comunicación verbal con el cliente es clara y concisa, casi siempre el personal muestra una sonrisa al momento de la atención. Por lo que, la empresa de ferretería Construrec S.A.C., la acogida, la atención personalizada y la comunicación con el cliente es buena; pero tienes algunos aspectos que podría mejorar, como en definir el mercado objetivo, la presentación o imagen del personal y el buscar información de las necesidades de los clientes.

Se propuso mejorar la atención al cliente y la gestión de calidad de la empresa Construrec S.A.C., lo cual permitiría mejorar, el diseño y desarrollo de los productos y servicios, la satisfacción del cliente, las acciones correctivas, la mejora continua, el mercado objetivo, la presentación de los trabajadores, la información de las necesidades del cliente.

VI. RECOMENDACIONES

Crear un proceso formal de diseño y desarrollo de productos e involucre a los clientes en el proceso. Realizar encuestas periódicas de satisfacción del cliente para comprender mejor las necesidades y deseos de los clientes. Proporcionar capacitación en habilidades de servicio al cliente a los trabajadores para mejorar la calidad del servicio. Establecer un sistema formal de seguimiento de acciones correctivas para garantizar que se tomen medidas para resolver los problemas. Establecer objetivos claros para la mejora continua y medir periódicamente el progreso en comparación con esos objetivos.

Realizar estudios de mercado para comprender mejor las necesidades y deseos de los clientes lo cual proporcionará datos relevantes para adquirir aquellos materiales que demandan más los clientes. Desarrollar un código de vestimenta formal para los empleados que refleje la imagen de la empresa, esto servirá como una política que todo trabajador deberá cumplir. Incentivar a los empleados para animarlos a vestirse adecuadamente, los incentivos pueden ir de bonificaciones y así puedan costear algunas prendas o requerimientos de imagen personal. Establecer un sistema formal para rastrear las quejas y sugerencias de los clientes para garantizar que se tomen medidas para resolver los problemas, implantando un libro de reclamos.

Implantar la propuesta de mejora planteada en la investigación, para que de esta manera se pueda mejorar el diseño y desarrollo de los productos y servicios, la satisfacción del cliente, las acciones correctivas, la mejora continua, el mercado objetivo, la presentación de los trabajadores, la información de las necesidades del cliente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre Littvik, M. (2022). *EL 82 % DE LOS CLIENTES SE PIERDEN POR MALA ATENCIÓN*. Obtenido de totalmedios:
<https://www.totalmedios.com/nota/49481/el-82-de-los-clientes-se-pierden-por-mala-atencion>
- Albornoz Cristobal, J. (2021). *Propuesta de mejora en la atención al cliente para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas del sector comercio – rubro ferreterías del distrito de huánuco – 2019* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote ULADECH].
http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/24724/GESTION_CALIDAD_MYPE_ALBORNOZ_CRISTOBAL_JOHON.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Ayon Cordova, A. A. (2021). *Propuesta de un modelo de gestión por procesos para mejorar el servicio de atención al cliente en una empresa que comercializa equipos de hemodiálisis en la ciudad de Guayaquil*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Cabello Montalvo, F. (2022). *Gestión de calidad basada en la atención al cliente en las Mypes, rubro panadería-pastelería, distrito de Independencia, Huaraz, 2022*. *Repositorio Institucional*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Huaraz. Obtenido de
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/27159/ATENCION_AL_CLIENTE_GESTION_DE_CALIDAD_CABELLO_MONTALVO_FLOR_LUCIA.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Cabrerizo Elgueta, M. (2022). *La entrevista de ventas (III: cierre, despedida y seguimiento de la venta (Procesos de venta)*. España: Editorial Editex. Obtenido de
https://www.google.com.pe/books/edition/La_entrevista_de_ventas_III_cierre_despe/7wTfEAAAQBAJ?hl=es-419&gbpv=1
- Calvay Nauca, J. A. (2021). *Gestión de la calidad y satisfacción del cliente en la empresa caltan srl, 2019* [Universidad Nacional de Cajamarca]. In 2021.
<https://repositorio.unc.edu.pe/handle/UNC/493>
- Cercado Chuquilin, N., & Tafur Garrido, D. (2021). *Comunicación organizacional y su*

- relacion en la atencion al cliente de la empresa washington automotriz e.i.r.l. Cajamarca 2021.* Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo Facultad.
- Choéz Chiquito, D. P. (2021). *Propuesta de un Sistema de Gestión de Calidad basado en la Norma ISO 9001:2015, en una empresa de seguridad privada ubicada en la ciudad de Guayaquil.* (Issue Gestion De Calidad) [Universidad Catolica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/17675/1/T-UCSG-POS-MFEE-267.pdf>
- Chuquimango Castrejon, D., & Huaccha Saldaña, R. (2021). *Motivación laboral y su influencia en atención al cliente en la cooperativa rondesa cajamarca, 2019.* [Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo FAC]. In *Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo*. <http://repositorio.upagu.edu.pe/handle/UPAGU/88>
- Cueva Araujo, K. M. (2021). *Sistema de gestión de calidad bajo la norma iso 9001: 2015 y su influencia en los procesos del área de operaciones de la empresa de transportes transgroup Cajamarca SA. En el año 2020* [Universidad Nacional de Cajamarca]. In *COPYRIGHT © 2021 by*. [https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/4571/Tesis Katia Cueva.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.unc.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14074/4571/Tesis%20Katia%20Cueva.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Da Silva, D. (2020). *¿Qué es atención al cliente? Definición, elementos e importancia para las empresas en la actualidad.* Obtenido de Zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-atencion-al-cliente/>
- Díaz, M. (2021). *El aumento de uso de los servicios de atención al cliente en España.* Obtenido de Contact Center Hub: <https://contactcenterhub.es/el-aumento-de-uso-de-los-servicios-de-atencion-al-cliente-en-espana-2021-26-30995/>
- Escobar Hernandez, G. (2022). *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro pollerías del distrito de Chulucanas – Piura, Año 2020* [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. In *Universidad Católica los Angeles de Chimbote*. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/26020/GESTION_CALIDAD_ESCOBAR_HERNANDEZ_GUILLERMO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fariña Fernandez, M. E. (2021). *Diseño de un sistema de gestión de calidad basada en norma iso 9001/2015* (Issue Gestión de Calidad) [Instituto Superior de Formación Tributaria, Comercial y Administrativa].

- <https://doi.org/https://fotriem.edu.py/v4/wp-content/uploads/2021/12/4.-Tesis-Mary-Estela-Farina.-Final.pdf>
- Gonzalez Gaya, C., & Manzanares Cañizares, C. (2020). *Sistema de gestion de la calidad ISO 9001: guía de aplciación*. Madrid: UNED. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/162883>
- Hermenejildo Tandazo, K. D. (2022). *Estrategias de servicio y atención al cliente del área de matriculación y revisión vehicular, caso de estudio: emutránsito ep, provincia de santa elena* [Universidad Estatal Península De Santa Elena]. <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/8189/1/UPSE-MAP-2022-0028.pdf>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1 edición ed.). México: Mc Graw Hill Education. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Lazo Castañeda, P. (2020). *Atención al Cliente y Nivel de Ventas de la Ferretería Lumicentro Pianto S.R.L., Huancayo - 2017* [Universidad Peruana Los Andes]. https://repositorio.upla.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12848/2097/T037_46236047_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Leon Pastore, K., & Saldaña Durand, S. (2021). *Calidad del servicio y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa rock'os café – Cajamarca 2021* (Vol. 15, Issue Calidad del servicio y su relacion con la satisfaccion del cliente) [Universidad Privada Antonio Guillermo Urrelo]. <http://repositorio.upagu.edu.pe/bitstream/handle/UPAGU/1938/TESIS - Leon Pastor%2C Saldaña Durand %281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Leos, T. (2021). *Qué es el cuestionario en una investigacion según autores*. Obtenido de Aleph: <https://aleph.org.mx/que-es-el-cuestionario-en-una-investigacion-segun-autores>
- López Osorio, M. D. (2020). *Gestión de la calidad educativa, propuesta de diseño para un sistema de gestión que integra las normas internacionales ISO 21001:2018 e ISO 9001:2015. Caso: Unidad Educativa Montebello* [Universidad Andina Simon Bolivar]. <https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7766/1/T3355-MGCI-López-Gestion.pdf>

- Malca Villanueva, M. (2021). Teoría de colas para disminuir tiempos de espera en el área de atención al cliente en la empresa E.P.S. SEDACAJ S.A. *Repositorio Institucional*. Universidad Privada del Norte, Cajamarca. Obtenido de https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/28672/Malca%20Villanueva%20c%20Mar%c3%ada%20Liliana_PDF_TOTAL.pdf?sequence=11&isAllowed=y
- Mateos de Pablo Blanco, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO*. Málaga, España: IC Editorial. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/124251>
- Mejia Acosta, A., Gutierrez Pulido, H., Duque Araque, D., DArmas Regnault, M., & Cannarozzo Tinoco, M. (2018). *Gestión de la Calidad Una herramienta para la sostenibilidad organizacional* (Primera ed). ISBN Electrónico: 978-980-233-724-8 Hecho. <https://doi.org/file:///D:/TESIS-thania/gestin-de-la-calidad-LIBRO.pdf>
- Mezones Orozco, A. (2020). *Gestión De Calidad Y Atención Al Cliente En Las Mype Rubro Ferretería De Frías, Año 2020* [Universidad Católica Los Ángeles Chimbote]. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/17609/GESTION DE CALIDAD_MYPE_MEZONES_OROZCO_AURORA_IBELIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/17609/GESTION%20DE%20CALIDAD_MYPE_MEZONES_OROZCO_AURORA_IBELIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- NCS Consultoría Tecnológica. (2019). *Problemas comunes en al gestión de la calidad de las empresas*. Obtenido de NCS-spain: <https://www.ncs-spain.com/gestion-calidad-empresas/>
- Oblitas Paredes, W. R. (2021). *La gestión de la calidad y su influencia en la productividad de las mype del distrito de cajamarca, 2019* [Universidad Nacional De Cajamarca]. <http://190.116.36.86/handle/UNC/696>
- Orrala Gonzalez, A. U. (2022). *Calidad de servicio para mejorar la satisfacción del cliente de la Empresa Pública CNEL EP. Del cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, año 2021*. In 2022 (Issue satisfaccion del cliente). Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena.
- Piminchumo Caciano, A., & Rodriguez Reyes, J. (2021). *La calidad de servicio y la satisfacción del cliente en una empresa ferretera privada de la ciudad de Trujillo,*

2021 [Universidad cesar vallejo]. In *Universidad cesar vallejo* (Vol. 1).

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/80147/Piminchumo_CAY-Rodríguez_RJA-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Quispe Huamani, M. (2023). Propuesta de mejora en el control interno administrativo para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas, rubro ferretería del distrito Carmen Alto, Ayacucho, 2021. *Repositorio Institucional*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Ayacucho. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/34707/CALIDAD_GESTION_QUISPE_HUAMANI_MICHAEL_MAICOL.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Rincón, M. D. (2019). *Manual para el estudiante Gestión de la calidad. INATEC (Tecnológico Nacional)*, 1–69.

Saba Chulle, K. (2018). *Caracterización Gestión De Calidad Y Capacitación En Las Mype Comerciales Rubro Confecciones, Ropa Para Niños Mercado Modelo de Piura, año 2018*. [Universidad Católica los Angeles de Chimbote]. In *Universidad Católica los Angeles de Chimbote*. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/3588/GESTION_DE_CALIDAD_CAPACITACION_SABA_CHULLE_KARINA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Steubel, P. (2022). *Gestión de calidad: qué es y cómo implantarla*. Obtenido de asana: <https://asana.com/es/resources/quality-management>

Westreicher, G. (2020). *Encuesta*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

TÍTULO: Gestión de calidad para mejorar la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023.

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>Problema general: ¿Cuáles son las características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>¿Cuáles son las características de la gestión de calidad en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023?</p> <p>¿Cuáles son las características de la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023?</p> <p>¿Cuáles son las propuestas de mejora de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023?</p>	<p>Objetivo general: Determinar las características de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Describir las características de la gestión de calidad en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023.</p> <p>Establecer las características de la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023.</p> <p>Elaborar una propuesta de mejora de la gestión de calidad para mejorar la atención al cliente en la empresa ferretería Construrec S.A.C. distrito de San Ignacio, Cajamarca, 2023.</p>	<p>La investigación no presentó planteamiento de hipótesis porque será una investigación descriptiva.</p>	<p>Variable 1: Atención al cliente</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocer a los clientes - Fases en la atención al cliente - Técnicas de comunicación <p>Variable 2: Gestión de calidad</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Liderazgo - Planificación - Apoyo - Operación - Evaluación del desempeño - Mejora 	<p>Tipo: Cuantitativo.</p> <p>Nivel: Descriptivo.</p> <p>Diseño: No experimental – transversal.</p> <p>Población: Trabajadores de la ferretería CONSTRUREC S.A.C.</p> <p>Muestra: 10 trabajadores de la ferretería CONSTRUREC S.A.C.</p> <p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

Anexo 02: instrumento de recolección de información



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

CUESTIONARIO

Instrucciones: La información que brindará será útil e importante para esta investigación y será de forma confidencial, utilizándolo para fines académicos, se le pide con respeto responder de acuerdo a la escala brindada, muchas gracias por su participación.

Nunca (1)	Casi nunca (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)	Alternativas					
	Ítems				1	2	3	4	5	
V1: ATENCIÓN AL CLIENTE										
D1: Conocer a los clientes										
1	¿Tienen definido su mercado objetivo?									
D2: Fases en la atención al cliente										
2	¿La presentación del personal es la adecuada?									
3	¿Ofrecen una acogida agradable a cada cliente al momento de su ingreso?									
4	¿Brindan una atención personalizada a los clientes?									
5	¿Busca información de las necesidades del cliente?									
6	¿Al final de la atención, la despedida va acompañado de un agradecimiento?									
D3: Técnicas de comunicación										
7	¿La comunicación verbal con el cliente es clara y concisa?									
8	¿El personal muestra una sonrisa al momento de la atención?									
V2: GESTIÓN DE CALIDAD										
D1: Liderazgo										
9	¿Manejan una política de calidad para el cumplimiento de las tareas?									
10	¿Los roles y responsabilidades son cumplidas correctamente?									
D2: Planificación										
11	¿Los riesgos y oportunidades son planificados para su tratamiento?									
12	¿Los objetivos de la calidad son planificados para su logro?									
D3: Apoyo										
13	¿El personal actual, es suficiente para la atención?									
14	¿La comunicación entre los trabajadores es fluida?									
D4: Operación										
15	¿Las operaciones son planificados y controlados?									
16	¿Los productos son diseñados y desarrollados adecuadamente antes de su entrega?									
D5: Evaluación de desempeño										
17	¿Se mide a través de encuestas la satisfacción del cliente?									
18	¿El cliente queda satisfecho con la atención?									
D6: Mejora										
19	¿Eliminan causas negativas a través de acciones correctivas?									
20	¿Realizan auditorías internas para la mejora continua?									

Anexo 03: Validez del instrumento

Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister: WILBER QUISPE MEDINA

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: CESARINA MEJÍA ROJAS egresado del programa académico de ADMINISTRACIÓN de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA FERRETERA CONSTRUREC S.A.C. DISTRITO DE SAN IGNACIO, CAJAMARCA, 2023 y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



Firma de estudiante

DNI: 43111261

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:

Wilber Quispe Medina

Edad: 49 años

Nº DNI ICE: 25760824

Teléfono / celular: 981605064

Email: wilber.quispe.medina@gmail.com

Título profesional:

Licenciado en Administración

Grado académico: Maestría: X

Doctorado: _

Especialidad:

Educación con mención en Docencia, Currículo e Investigación

Institución donde labora:

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

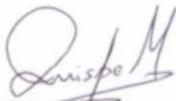
GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA FERRETERA CONSTRUREC S.A.C. DISTRITO DE SAN IGNACIO, CAJAMARCA, 2023

Autor(es):

CESARINA MEJÍA ROJAS

Programa académico:

ADMINISTRACIÓN



Mg. Wilber Quispe Medina
LIC. EN ADMINISTRACIÓN
CLAD N° 5179



Huella digital

Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACION*

TÍTULO: GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA FERRETERA CONSTRUREC S.A.C.
DISTRITO DE SAN IGNACIO, CAJAMARCA 2023

Variable: ATENCION AL CLIENTE		Relevancia		Pertineucia		Claridad		Observaciones
Dimensión:		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Tienen definido su mercado objetivo?	X		X		X		
Dimensión: Fases en la atención al cliente								
2	¿La presentación del personal es la adecuada?	X		X		X		
3	¿Ofrecen una acogida agradable a cada cliente al momento de su ingreso?	X		X		X		
4	¿Brindan una atención personalizada a los clientes?	X		X		X		
5	¿Busca información de las necesidades del cliente?	X		X		X		
6	¿Al final de la atención, la despedida es acompañada de un agradecimiento?	X		X		X		
Dimensión: Tipos de comunicación								
7	¿La comunicación verbal con el cliente es clara y concisa?	X		X		X		
8	¿El personal muestra una sonrisa al momento de la atención?	X		X		X		
Variable: GESTIÓN DE CALIDAD								
Dimensión: Liderazgo								
9	¿Manejan una política de calidad para el cumplimiento de las tareas?	X		X		X		
10	¿Los roles y responsabilidades son cumplidos correctamente?	X		X		X		
Dimensión: Planificación								
11	¿Los riesgos y oportunidades son planificados para su tratamiento?	X		X		X		
12	¿Los objetivos de la calidad son planificados para su logro?	X		X		X		
Dimensión: Adecuación								
13	¿El personal actual es suficiente para la atención?	X		X		X		
14	¿La comunicación entre los trabajadores es fluida?	X		X		X		
Dimensión: Organización								
15	¿Las operaciones son planificadas y controladas?	X		X		X		
16	¿Los productos son diseñados y desarrollados adecuadamente antes de su entrega?	X		X		X		
Dimensión: Evaluación de desempeño								
17	¿Se mide a través de encuestas la satisfacción del cliente?	X		X		X		
18	¿El cliente queda satisfecho con la atención?	X		X		X		
Dimensión: Mejora								
19	¿Eliminan causas negativas a través de acciones correctivas?	X		X		X		
20	¿Realizan auditorías internas para la mejora continua?	X		X		X		

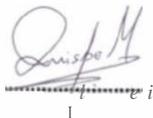
*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones:

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

Nombres y Apellidos de experto: Mg. Wilber Quispe Medina

DNI: 25760824


i



Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister: GUISEPPI JONATHAN MORALES MUÑOZ

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: CESARINA MEJÍA ROJAS egresado del programa académico de ADMINISTRACIÓN de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA FERRETERA CONSTRUREC S.A.C. DISTRITO DE SAN IGNACIO, CAJAMARCA, 2023" y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



Firma de estudiante

DNI: 43111261

Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACION						
TITULO: GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA FERRETERA CONSTRUREC S.A.C. DISTRITO DE SAN IGNACIO CAJAMARCA 2023						
	Vulablt: ATENCIÓN AL CLIENTE	Ritvanci1		Prtin,ncia		Clasidad
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	Dimtisión: Conocer a los clientes					
1	¿Tienen definido su mercado objetivo?	X		X		
	Dimtisión: Fases en la atención al cliente					
1	¿La presentación del personal es la adecuada?)		Y.)C
2	¿Ofrecen una acogida agradable a cada cliente al momento de su ingreso?	X		V)
3	¿Brindan una atención personalizada a los clientes?	X		Z.		<e
	¿Atienden las necesidades del cliente?	X		Y		<e
S	¿Al final de la atención, la despedida es acompañada de un agradecimiento?	-«		X		Y:
	Dimensión: Fluidez de la comunicación					
1	¿La comunicación verbal con el cliente es clara y concisa?	X		Y.		X
2	¿El personal muestra una sonrisa al momento de la atención?)		-«)
	Vulablt: GESTIÓN DE CALIDAD					
	Dimensión: Liderazgo					
1	¿Se maneja una política de calidad para el cumplimiento de las tareas?	Y.		Y.		Y.
2	¿Los roles y responsabilidades son asumidos correctamente?	-«		Y		Y
	Dimensión: Planificación					
1	¿Los riesgos y oportunidades son planificados para su tratamiento?	X		Y.		Y:
2	¿Los objetivos de calidad son planificados para su logro?	Y.		V.)
	Dimensión: Análisis					
1	¿El personal actual es suficiente para la atención?	X		X		X

2	¿La comunicación entre los colaboradores es fluida?	Y.		Y.		X
	Dimensión: Organización					
1	¿Las operaciones son planificadas y controladas?	Y.		Y.		Y
2	¿Los productos son diseñados y desarrollados adecuadamente antes de su entrega?	Y.		Y.		X
	Dimensión: Evaluación de desempeño					
1	¿Se mide a través de encuestas la satisfacción del cliente?	Y.		Y.		Y.
2	¿El cliente queda satisfecho con la atención?	Y		Y.		<
	Dimensión: Mejora					
1	¿Se identifican causas negativas y acciones correctivas?	Y.		X		X
2	¿Realizan auditorías internas para la mejora continua?	Y.		X		~

•Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones:

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

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg _____, DNI _____

GOBIERNO REGIONAL DE ICA
DIRECCIÓN REGIONAL AGRARIA
LIC. GUSEPPI I. MORALES MUÑOZ
ANALISTA ADMINISTRATIVO
CLAD Nº 34621
Firma



Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister: ANAYA MORENO, YURIA.

Presente.-

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: CESARINA MEJÍA ROJAS egresado del programa académico de ADMINISTRACIÓN de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula: "GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA FERRETERA CONSTRUREC S.A.C. DISTRITO DE SAN IGNACIO, CAJAMARCA, 2023" y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

Agradezco anticipadamente su atención y participación, me despido de usted.

Atentamente,



Firma de estudiante

DNI: 43111261

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:

Anaya Moreno, Yuri A.

Teléfono / celular; 93515020

Email: amorenoya@hotmail.com

Título profesional:

Habiendo en Administración

Grado académico: Maestría X

Doctorado: _

Especialidad:

Habiendo en Administración

Institución de la labor: Municipalidad Provincial de Huarne

Identificación del Proyecto de Investigación: Tesis

Título:

GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA FERRETERA CONSTR. UREC S.A.C. DISTRITO DE SAN IGNACIO, CAJAMARCA., 2023

Autor(es): MEJÍA ROJAS, CESARINA

Programa académico: ADMINISTRACIÓN

Firma



Huella digital

Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*

TÍTULO: GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA FERRETERA CONSTRUREC S.A.C.
DISTRITO DE SAN IGNACIO, CAJAMARCA, 2023

Variable: ATENCIÓN AL CLIENTE, -n:		Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
Dimensión: Conocer a los clientes								
1	Tienen definido su mercado objetivo?	X		X		X		
Dimensión: Fases en la atención al cliente								
1	¿La presentación del personal es la adecuada?	X		X		X		
2	¿Ofrecen una acogida agradable a cada cliente al momento de su ingreso?	X		X		X		
3	¿Brindan una atención personalizada a los clientes?	X		X		X		
4	¿Busca información de las necesidades del cliente?	X		X		X		
5	¿Al final de la atención, la despedida a acompañado de un agradecimiento?	X		X		X		
Dimensión: Técnicas de comunicación								
1	¿La comunicación verbal con el cliente es clara y concisa?	X		X		X		
2	¿El personal muestra una sonrisa al momento de la atención?	X		X		X		
Variable: GESTIÓN DE CALIDAD								
Dimensión: Liderazgo								
1	¿Manejan una política de calidad para el cumplimiento de las tareas?	X		X		X		
2	¿Los roles y responsabilidades son cumplidos correctamente?	X		X		X		
Dimensión: Planificación								
1	¿Los riesgos y oportunidades son planificados para su tratamiento?	X		X		X		
2	Los objetivos de la calidad son planificados para su logro?	X		X		X		
Dimensión: A.TV10								
1	El personal actual, es suficiente para la atención?	X		X		X		
2	La comunicación entre los trabajadores es fluida?	X		X		X		
Dimensión: Operación								
1	Las operaciones son planificados y controlados?	X		X		X		
2	Los productos son diseñados y desarrollados adecuadamente antes de su entrega?	X		X		X		
Dimensión: Evaluación de desempeño								
1	Se mide a través de encuestas la satisfacción del cliente?	X		X		X		
2	El cliente queda satisfecho con la atención?	X		X		X		
Dimensión: Mejora								
1	Eliminan causas negativas a través de acciones correctivas?	X		X		X		
2	Realizan auditorías internas para la mejora continua?	X		X		X		

*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones:

Opinión de experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable
Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Anaya Moreno, Yuri A. DNI 43774068



Huella digital

Firma

Anexo 04: Confiabilidad del instrumento

PRUEBA PILOTO PARA VERIFICAR LA CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO (COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH)

ENCUESTA DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA FERRETERA CONSTRUREC S.A.C

GESTIÓN DE CALIDAD

	item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	item11	item12	SUMA
Sujeto 1	5	4	4	4	5	5	4	5	2	4	5	3	50
Sujeto 2	4	4	5	4	3	3	4	4	4	3	2	3	43
Sujeto 3	3	4	3	4	5	4	5	3	4	3	3	4	45
Sujeto 4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	57
Sujeto 5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
Sujeto 6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
Sujeto 7	4	5	4	5	4	5	2	3	4	3	2	3	44
Sujeto 8	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	54
Sujeto 9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Sujeto 10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
Varianza	0.69	0.40	0.49	0.56	0.76	0.76	1.00	0.80	0.64	0.76	1.24	0.61	

ALFA	0.93
K (numero de items)	12
Vi(varianza de cada items)	8.71
Vt(varianza total)	59.81

RANGO	CONFIABILIDAD
0 a 0.19	Muy bajo
0.2 a 0.39	Baja
0.4 a 0.55	Moderada
0.6 a 0.75	Buena
0.8 a 1	Alta

0.93 DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO (ALTA)

ATENCIÓN AL CLIENTE

	item13	item14	item15	item16	item17	item18	item19	Item20	SUMA
Sujeto 1	4	4	5	5	5	4	5	4	36
Sujeto 2	2	3	4	4	4	4	4	5	30
Sujeto 3	3	4	4	5	2	3	4	4	29
Sujeto 4	3	4	5	4	5	5	5	5	36
Sujeto 5	4	3	4	5	5	5	5	4	35
Sujeto 6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Sujeto 7	4	5	5	3	3	4	3	3	30
Sujeto 8	3	4	5	4	3	5	5	5	34
Sujeto 9	3	3	3	3	3	4	3	3	25
Sujeto 10	3	3	3	3	3	3	3	4	25
Varianza	0.64	0.56	0.61	0.69	1.16	0.56	0.76	0.56	

ALFA	0.89
K (numero de items)	8
Vi(varianza de cada items)	4.90
Vt(varianza total)	22.40

EL 0.89 DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO (ALTA)

Anexo 05: Formato de consentimiento informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula_ **GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO FERRETERO, FERRETERÍA CONSTRUREC S.A.C. DISTRITO DE SAN IGNACIO, CAJAMARCA, 2023** y es dirigido por **CESARINA MEJÍA ROJAS**, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Desarrollar un trabajo de investigación e identificar características de las variables en estudio, atención al cliente y gestión de calidad en la microempresa ferretería CONSTRURECSAC.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 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 siguiente número de celular 976006323. Si desea, también podrá escribir al correo ce.arin@uladech.edu.pe 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: Karla Ramos Adrianzen

Fecha: 3 de 1 de 2023

Correo electrónico: L.M.ramos@uladech.edu.pe

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
DE 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_ GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO FERRETERO, FERRETERÍA CONSTRUREC S.A.C. DISTRITO DE SAN IGNACIO, CAJAMARCA, 2023 y es dirigido por CESARINA MEJIA ROJAS, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Desarrollar un trabajo de investigación e identificar características de las variables en estudio, atención al cliente y gestión de calidad en la microempresa ferretería CONSTRUREC SAC.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 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 siguiente número de celular 976006323. Si desea, también podrá escribir al correo irina.ac4mcr@mail.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: _____

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante:  _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula_ GESTIÓN DE CALIDAD PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO FERRETERO, FERRETERÍA CONSTRUREC S.A.C. DISTRITO DE SAN IGNACIO, CAJAMARCA, 2023 y es dirigido por CESARINA MEJÍA ROJAS, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Desarrollar un trabajo de investigación e identificar características de las variables en estudio, atención al cliente y gestión de calidad en la microempresa ferretería CONSTRUREC SAC.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 15 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 consultarla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del siguiente número de celular 976006323. Si desea, también podrá escribir al correo <neilson.meca@ucach.edu.pe> para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: _____

Fecha: ____/____/20__

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador (o encargado de recoger información): _____

Anexo 06: Documento de aprobación



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Carta s/nº01- 2023-ULADECH CATÓLICA

Sr(a). Freder Recalde Carranza
Administrador de la Ferrería y Acabamos CONSTRUREC S.A.C.
Presente.-

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que Bachiller de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, MEJÍA ROJAS CESARINA, con código de matrícula N° 3111181062, de la Carrera Profesional de Administración, quién solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado "GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA FERRETERA CONSTRUREC S.A.C. DISTRITO DE SAN IGNACIO, CAJAMARCA, 2023".

Por este motivo, mucho agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su Institución. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Mejía Rojas Cesarina

DNI. N°43111261

Anexo 07: Evidencias de ejecución

DECLARACIÓN JURADA

Yo, CESARINA MEJÍA ROJAS, identificado (a) con DNI,
N° 43111261 con domicilio real en (Calle, Av. Jr.)
AV. ALFONSO ARANA VIDAL N° 601, Distrito JAÉN,
Provincia JAÉN, Departamento CAJAMARCA

DECLARO BAJO JURAMENTO.

En mi condición de (estudiante/bachiller) BACHILLER con código de estudiante
311181062 de la Escuela Profesional de ADMINISTRACIÓN Facultad de
CIENCIAS INGENIERÍA de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote,
semestre académico 2023-2:

1. Que los datos consignados en la tesis titulada
GESTIÓN DE CALIDAD PARA MEJORAR LA
ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA FERRETERA
CONSTRUREC S.A.C. DISTRITO DE SAN IGNACIO,
CAJAMARCA, 2023.

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

AYACUCHO, 04 de DICIEMBRE de 2023



Firma del estudiante/bachiller

DNI N° 43111261



Huella Digital