



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE  
FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA  
PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL  
CLIENTE EN UNA EMPRESA DEL SECTOR CONSTRUCCIÓN, ZARUMILLA, 2024**

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

**AUTOR**

**RAMIREZ VELASQUEZ, CINTHIA CLARIBEL  
ORCID:0000-0003-4378-5015**

**ASESOR**

**PELAEZ VALDIVIESO, JOSE VICTOR  
ORCID:0000-0002-2186-0398**

**CHIMBOTE-PERÚ  
2024**



**FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA**

**PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN**

**ACTA N° 0199-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS**

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **20:50** horas del día **25** de **Junio** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE** Presidente  
**ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA** Miembro  
**CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS** Miembro  
**Dr. PELAEZ VALDIVIESO JOSE VICTOR** Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN UNA EMPRESA DEL SECTOR CONSTRUCCIÓN, ZARUMILLA, 2024**

**Presentada Por :**  
(2111191004) **RAMIREZ VELASQUEZ CINTHIA CLARIBEL**

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:

**LLENQUE TUME SANTOS FELIPE**  
Presidente

**ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA**  
Miembro

**CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS**  
Miembro

**Dr. PELAEZ VALDIVIESO JOSE VICTOR**  
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: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN UNA EMPRESA DEL SECTOR CONSTRUCCIÓN, ZARUMILLA, 2024 Del (de la) estudiante RAMIREZ VELASQUEZ CINTHIA CLARIBEL, asesorado por PELAEZ VALDIVIESO JOSE VICTOR se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 18% 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, 15 de Julio del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman  
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

## **Dedicatoria**

Primeramente, a Dios, por haberme dado la vida, ya que fue el quien inspiro mi espíritu para la realización de este proyecto, por ser mi mayor apoyo y compañero en mis momentos más difíciles de mi vida por darme salud y bendición para alcanzar mis metas y objetivos.

A toda mi familia por brindarme su apoyo incondicional en todo momento, a mis padres en especial que los quiero y que siempre me han inculcado excelentes valores, como el estar unidos en familia y luchar por nuestras metas y que a pesar de la distancia ellos son mi mayor fortaleza e inspiración para seguir en mi carrera profesional.

A mis docentes del curso por haberme brindado su apoyo a culminar mi trabajo y por desenvolverse con excelencia en su labor, asimismo por brindarnos los mejores conocimientos con la finalidad de formar profesionales exitos en su carrera profesional.

## **Agradecimiento**

En primer lugar, a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad.

Agradezco a mi familia por el apoyo incondicional que siempre me han dado y por haber confiado siempre en mí y a mi mayor motivación e inspiración y mi fortaleza mi madre Luisa Velásquez Velásquez.

Finalmente agradezco a mis Docentes del curso por haberme guiado en el transcurso de este proyecto, en base a su experiencia y sabiduría y ha sabido direccionar mis conocimientos, y también por brindarme ese apoyo y esa motivación para salir adelante y cumplir todas mis metas propuestas.

## Índice General

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.....	10
2.3. Hipótesis .....	15
III. Metodología .....	16
3.1. Tipo, nivel y diseño de investigación .....	16
3.2. Población .....	17
3.3. Operacionalización de las variables.....	18
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información. ....	19
3.5. Método de análisis de datos .....	19
3.6. Aspectos Éticos.....	20
IV. Resultados .....	22
V. Discusión.....	31
VI. Conclusiones .....	47
VII. Recomendaciones.....	48
Referencias Bibliográficas.....	49
Anexos .....	52
Anexo 01: Matriz de consistencia .....	52
Anexo 02. Instrumento de recolección de información.....	53
Anexo 03: validez del instrumento.....	55
Anexo 04: formato de consentimiento informado.....	68

## Lista de Tablas

Tabla 1. <u>Características de los Elementos de la Calidad en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.</u> .....	22
Tabla 2. <u>Características de los Principios de Gestión de la Calidad en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.</u> .....	24
Tabla 3. <u>Características de los Canales de Comunicación de Atención al Cliente en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.</u> .....	26
Tabla 4. <u>Características de los Componentes de la Atención al Cliente en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.</u> .....	28
Tabla 5. <u>Propuesta de un plan de mejora de la gestión de la calidad y atención al cliente en la empresa Ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.</u> .....	30

## Lista de Figuras

Figura 1. Características de los Elementos de la Calidad en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L., Zarumilla, 2024.....	23
Figura 2. Características de los Principios de Gestión de la Calidad en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L., Zarumilla, 2024.....	25
Figura 3. Características de los Canales de Comunicación de Atención al Cliente en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L., Zarumilla, 2024.....	27
Figura 4. Características de los Componentes de la Atención al Cliente en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L., Zarumilla, 2024.....	29

## Resumen

Investigación titulada Propuesta de mejora de la gestión de la calidad y la atención al cliente en la ferretería negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024. Objetivo general: Establecer una propuesta de mejora para la gestión de la calidad y atención al cliente en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L. Zarumilla, 2024. La investigación fue tipo cuantitativo, nivel descriptivo de propuesta, diseño no experimental/transversal, estuvo compuesta por 5 trabajadores y 10 clientes fidelizados con la empresa, lo cual se utilizó como instrumento el cuestionario de 12 preguntas 6 por cada variable mediante la técnica de la encuesta obteniendo los siguientes resultados: con respecto a la gestión de la calidad el 40% de los trabajadores mencionan que rara vez se gestionan relaciones con los clientes a través de las redes sociales, asimismo el El 60% de los trabajadores afirman que a veces se logra satisfacer las necesidades de demanda de los clientes, y respecto a la Atención a Cliente el 60% de los clientes afirman que rara vez se mantiene una buena comunicación con los ellos, asimismo El 60% de los clientes mencionan que a veces son responsables con ellos en la entrega de los bienes. Se concluye que una gestión de la calidad es determinante para brindar una excelente atención al cliente, ya que todos los procesos internos de la empresa deben funcionar alineados a la satisfacción de los clientes y por ende al cumplimiento de los objetivos organizacionales.

**Palabra clave:** atención al cliente, gestión de la calidad, planificación

## **Abstract**

Research titled Proposal to improve Quality Management and Customer Service in the Negocios Zarumilla E.I.R.L. hardware store, Zarumilla, 2024. General objective: Establish an improvement proposal for quality management and customer service in the Negocios Zarumilla E.I.R.L. hardware store. Zarumilla, 2024. The research was quantitative, descriptive level of proposal, non-experimental/cross-sectional design, it was composed of 5 workers and 10 clients loyal to the company, which was used as an instrument with the 12-question questionnaire, 6 for each variable through the survey technique obtaining the following results: with respect to Quality Management, 40% of workers mention that customer relationships are rarely managed through social networks, likewise 60% of workers affirm that sometimes it is possible to satisfy the demand needs of clients, and with respect to Customer Service, 60% of clients affirm that good communication is rarely maintained with them, also 60% of clients mention that sometimes Sometimes they are responsible to them in the delivery of the goods. It is concluded that quality management is decisive in providing excellent customer service, since all the company's internal processes must function in line with customer satisfaction and therefore compliance with organizational objectives.

**Keyword:** customer service, quality management, planning

## **I. Planteamiento del Problema**

La mayoría de mypes el mayor problema es debido a mal funcionamiento de la Gestión de Calidad y atención al cliente, ya que la mayor parte de las mypes son dirigidas por personas que no son lo suficientemente preparadas para dirigir las, este problema no solo es a nivel nacional también lo vemos a nivel internacional.

Silva (2020) Indica que las pequeñas empresas son una parte importante del crecimiento económico de los países porque no sólo se comprometen a brindar servicios o productos para satisfacer necesidades, sino también a crear empleos para que las personas puedan obtener ingresos. Pero no todo el mundo está capacitado para ofrecer calidad. atención, teniendo en cuenta las necesidades y características de las personas, sabiendo que esta acción debe basarse en la empatía, la igualdad y el sentido de igualdad para garantizar oportunidades adecuadas para todos. Es por ello que se necesita una adecuada gestión de la calidad, que tenga en cuenta no sólo aspectos relacionados con la calidad de los insumos, sino fundamentalmente también el estado final alcanzado por el usuario, para que la calidad sea integral.

Espinoza (2019) plantea que un plan estratégico es una secuencia de actividades las cuales están organizadas en un tiempo determinado. Una adecuada gestión de la calidad es determinante para el logro de la visión que tenga una organización, este plan estratégico ayuda a prevenir algunos riesgos que se van presentando durante el proceso de la gestión que desarrolla una empresa, además ayuda a realizar una retroalimentación en cada una de las etapas del proceso, asimismo, sirve como un gran apoyo a la toma de decisiones y en general a la alta dirección.

El 2020 ha sido una situación muy poco habitual para las empresas y en general para la población. Mientras que, en el año 2021, se tuvo como principal objetivo la reactivación de la economía, siendo el estado el principal impulsor de esta reactivación. Las Mypes fue uno de los sectores más afectados por las medidas de reactivación adoptadas por el estado. Muchas empresas se vieron obligadas a cerrar durante unos meses, optando por reducir su capacidad operativa lo que conllevaba a reducir personal, optar por utilizar nuevos canales de ventas, implantar mejores medidas de bioseguridad y otras medidas más. Debido a estos acontecimientos, las perspectivas de las Mypes resultan más alentadoras, ya que la adaptación a las nuevas tendencias ha logrado que cada empresa logre implementar sus estrategias para mejorar sus sistemas de ventas y su sistema de

gestión interna (Alvites, 2020).

A nivel internacional en Europa, el enfoque de atención al cliente busca analizar las fortalezas y debilidades de la empresa, donde la falta de formación de los empleados en temas relacionados en atención al cliente es uno de los puntos clave, al ingresar el personal a la empresa se desarrollará el proceso de evaluación para identificar el personal más capacitado. A esto se le llama "Modelo de Excelencia Empresarial". Se han dado cambios significativos incluso en términos de innovación, que es la clave de la ventaja competitiva, pero los mejores lugares de trabajo son también estrategias corporativas donde el único propósito de los empleados es impulsar la empresa hacia el reconocimiento y la calidad del servicio. (Santos, 2018)

Asimismo, en México las empresas del sector ferretero prestan servicios a personas y empresas involucradas en la industria de la ingeniería y la construcción. Estas empresas se han ido integrando a la economía de una manera constante, satisfaciendo las demandas de atención cada vez más exigentes de los consumidores sensibles, en ese sentido creen necesario que se deben tomar medidas para ayudarlos a brindar servicios mejores y más eficientes. (Revista San Gregorio, 2023)

A nivel nacional, la industria minorista de ferretería en Cañete es una actividad económica en crecimiento, pero con carencia de talento humano especializado que conozca el fondo (temas relacionados a la ferretería) y el fondo (la forma de atención), ya que esto genera un mal servicio al cliente, logrando así que este que insatisfecho. (Flores, 2022).

A nivel local, en la provincia de Zarumilla, en los últimos años la industria de la ferretería ha experimentado un crecimiento notable debido al progresivo consumo de materiales y herramientas de construcción que se emplean para la construcción de grandes infraestructuras en la provincia, producto de los proyectos inmobiliarios promovidos por los gobiernos, así como empresas del sector privado. El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), señala que el sector ferretero en Zarumilla creció un 7,8% en el año 2022 y se proyecta a crecer un 10% para el año 2023, dando a notar que la provincia de Zarumilla representa un gran mercado para la industria. (Marchan, 2023).

Por otro lado, a nivel local en Zarumilla la empresa de ferretería del sector construcción tiene problemas ya que en la gestión de calidad y atención al cliente cabe mencionar que son muy pocos los representantes de las empresas que no son eficiente lo

cual no facilitaría que se introduzca al mercado, si mencionamos que durante el proceso de contratación o selección de personal no se toman las medidas necesarias para así tener una selección adecuadamente bien. Por todo lo ante manifestado se planteó la siguiente pregunta de investigación: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la gestión de la calidad y atención del cliente de la Ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024?, Asimismo, se formularon las siguientes preguntas específicas: ¿Qué caracteriza la calidad de servicio de la empresa ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024?, ¿Qué caracteriza la atención al cliente de la empresa ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024?, ¿Cuáles son las sugerencias para mejorar la calidad del servicio al cliente en la microempresa ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024?, ¿Cuál es la propuesta de un plan de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en la Ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024?

En este estudio de investigación se planteó el objetivo general: Establecer una propuesta de mejora para la gestión de la calidad y atención al cliente en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L. Zarumilla, 2024. Para cumplir con el objetivo general se han propuesto los siguientes objetivos específicos: Conocer las características de los elementos de gestión de la calidad en la ferretería de ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024; Describir las Características de los principios de gestión de la calidad para la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024; Identificar las características de los canales de comunicación de atención al cliente de la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024; Definir las características de los componentes de la atención al cliente para ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024; Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la gestión de la calidad y atención al cliente en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.

El presente estudio de investigación se justifica por las siguientes razones: Nivel teórico: se buscó las principales mejoras de la gestión de la calidad y atención al cliente en el sector de ferretería por ello este estudio se realizó con el objetivo de analizar si tiene conocimiento sobre otros conceptos, y principios de gestión de la calidad, así como conceptos de sistemas de atención al cliente. Esto permitirá que los leyentes conozcan estas herramientas y cuándo usarlas para ofrecer un servicio eficiente. Así mismo tiene una justificación práctica: lo cual este estudio se basa en mejorar y comprender las principales mejoras en la gestión de la calidad y atención al cliente en la Ferretería negocios Zarumilla y examina estas variables a través de estrategias específicas. Finalmente tuvo una

justificación metodológica: ya que este estudio se utilizó técnicas de investigación como encuestas, cuestionario lo cual fue validado por profesionales expertos, alfa de Cronbach para dicha confiabilidad, nivel descriptivo, diseño transversal cuantitativo no experimental para lograr nuestros objetivos, logrando así los objetivos deseados.

## **II. Marco Teórico**

### **2.1. Antecedentes**

#### **Antecedentes Internacional**

Gómez (2019) en su tesis de Licenciatura de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo – Ecuador. Titulado *Diseño de sistema de gestión de la calidad conforme a la ISO 900:2015 para el Restaurante Casa Vieja – Ciudad Riobamba – Provincia de Chimborazo, 2016*. Su objetivo general: Es diseñar un sistema de gestión de calidad conforme a la ISO 9001:2015, para la satisfacción de los clientes, el mejoramiento de los procesos para el restaurante Casa Vieja en la ciudad de Riobamba – Provincia Chimborazo y así se cumplir los objetivos propuestos, la cual utilizó la metodología: tipo bibliográfica y documental, la técnica utilizada fue encuesta con una población de 90 clientes que frecuentan a diario el restaurante Casa Vieja, los principales resultados fueron que el cliente que visita seguido más de tres veces por semana se observa como un cliente habitual, como resultados: observamos que el 96% de clientes son habituales por los productos de calidad que utiliza la empresa y el 4% clientes nuevos en cuanto al marketing y la publicidad del restaurante observamos un déficit, cuando hablamos de la ubicación del restaurante Casa Vieja el 54% de cliente se deslumbran en la ubicación, en la calidad de comida el 31% de cliente les atrae, el 15% menciono los precios de la carta del restaurante que varían, el buen servicio de camarería les encanto al 51% de clientes ya que es muy bueno, en los servicios de atención el 30% es regular, el 19% de los encuestados nos dicen que el servicio es malo. Si hablamos de las instalaciones del restaurante Casa Vieja el 80% nos indicó que son regulares, 12% indica que las instalaciones del restaurante son malas y el 8% de los encuestados nos indica que es buena. En el tiempo de la atención los 45% encuestados es regular, el 43% indica que es lento y el 12% nos dice sobre las estrategias de mejora en servicio en al tiempo correcto y llegó a las siguientes conclusiones: se obtuvo mediante los resultados que el Restaurante Casa Vieja hay un déficit en la atención al cliente y se implementa las capacitaciones al personal del restaurante para así mejorar su desempeño, competitividad dentro de la empresa

ya que hay gran factibilidad para una implementación de la norma ISO 9001-2015 dado el caso nos da mayor y mejor calidad de atención al cliente.

Monroy (2021) así lo afirma en su estudio titulado: *Calidad de Servicio en Restaurantes de Todos Santos, México*. El propósito de este estudio es colocarse en el mercado y obtener grandes beneficios para la organización. El tipo de investigación fue cuantitativo, nivel descriptivo, diseño correlacional de corte transversal. Los resultados muestran que la influencia de los varones en el restaurante es de 0.896, mientras que la influencia de las mujeres en el conjunto del restaurante es de 0.809, lo que demuestra que no existe diferencia en el consumo entre las mujeres, el número de variaciones con los extranjeros es de 1.24, y el valor crítico es 2,8661. Cabe resaltar que los clientes si están conformes con la localización de la empresa ya que es accesible para trasladarse y comprar los productos. Se concluye finalmente que la empresa demuestra algunas cualidades positivas y también presenta problemas para generar un buen servicio de calidad.

Velasco (2020) en su tesis de maestría para la Universidad Cesar Vallejo Titula Universidad Cesar Vallejo del Perú titulada: *“Gestión de Calidad en el área de Quirófano en el Hospital Básico Naranjito, Guayas, y propuesta de un plan gerencial de gestión de calidad total, 2020”*, presenta como objetivo describir el nivel de gestión de calidad en el área de quirófano en el Hospital Básico Naranjito, Guayas y elaborar una propuesta de un plan gerencial de gestión de calidad total, 2020.; se utilizó un paradigma de tipo cuantitativo, teniendo como diseño de investigación descriptivo no experimental, en la cual la muestra estuvo compuesta por 33 personas que conforman el personal directo que labora en el Área de Quirófano, el instrumento fue validado por expertos y se sometió a prueba de confiabilidad. Para el logro del objetivo descrito se realizó la aplicación de una encuesta sobre gestión de calidad, la cual estuvo conformada de 31 preguntas. Dentro de los resultados obtenidos, observándose que el nivel de gestión de calidad en el Área de Quirófano es regular (47,47%), por otro lado teniendo en cuenta las dimensiones de la variable gestión de calidad se observa que la tendencia entre estas es variable, siendo la dimensión contexto de la organización (57,58%) en nivel malo, dimensión liderazgo (60,61%) nivel malo, en cuanto a la dimensión enfoque a proceso (69,70%) nivel regular, siendo que la dimensión apoyo (75,76%) nivel regular, dimensión compromiso de las personas (57,58%) nivel malo y, la dimensión mejora continua (42,42%) nivel malo. Finalmente, concluyendo que el nivel de

gestión de calidad en el área de Quirófano es regular y esto se debe a la falta de inobservancia de las dimensiones que lo conforman.

### **Antecedentes Nacionales**

Mezones (2020) en su tesis de Licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote titulada: *Gestión de calidad y atención al cliente en ferretería Frías MYPE 2020*. El objetivo fue determinar las peculiaridades de la gestión de calidad y atención al cliente en ferretería Frías MYPE, 2020, a aplicó una 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 la 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 de 20 preguntas como instrumento de la investigación. 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. los principales resultados muestran que 100 % de encuestados cree que una MYPE posee los recursos que se necesitan para la gestión empresarial. Una vez más, cuando se trata de los beneficios que ofrece la gestión de la calidad, no existe un conocimiento total del comportamiento de los clientes. Asimismo, en lo que respecta al factor atención al cliente, el 100% de los entrevistados consideró que los vendedores de las MYPE desempeñan su trabajo con total responsabilidad. Asimismo, cuando se trata de la estrategia de atención a los clientes, se observó que la totalidad de los entrevistados consideró que la atención que brindan la MYPE es lo necesario y que se consideran los factores esenciales siendo la atención al cliente. En materia de seguridad se identificó que las MYPE no han diseñado y aplicado un sistema de seguridad para brindarle un adecuado servicio al cliente, también se pudo observar que los empleados no utilizar los equipos de seguridad, finalmente se concluye que los productos ofrecidos por las MYPE no atienden las necesidades y exigencias de los clientes y tampoco cubren los costos en el traslado de

los bienes.

Silva (2020) en su tesis de Licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote titulada: “*Gestión de calidad y marketing en las MYPE rubro ferreterías en el distrito de Morropón – Piura, año 2020*”; cuyo objetivo general fue identificar las características de la gestión de calidad y marketing en las MYPE rubro ferreterías en el distrito de Morropón – Piura, año 2020. Se empleó la metodología de tipo cuantitativa y de nivel descriptivo con diseño no experimental, de corte transversal. Las MYPE objeto de investigación fueron 05 ferreterías. La población fue infinita, para ambas variables: gestión de calidad y marketing; donde la muestra estuvo conformada por 167 clientes, se aplicó la técnica de la encuesta y el instrumento del cuestionario de 23 preguntas para ambas variables. Los resultados obtenidos para la dimensión ventajas de la gestión de calidad resalta la mayor organización para brindar un servicio satisfactorio en un 77,8%; y un mejor rendimiento en las funciones de los trabajadores en un 76,6%. Los elementos trascendentales de la gestión de calidad reflejan un desempeño adecuado en los trabajadores en un 71,9%; y que las MYPE han mejorado sus servicios para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes en un 70,7%. Los principios del marketing evidencian la satisfacción respecto a los productos que oferta la ferretería en un 76%; y contar con conocimiento de las necesidades de sus clientes en un 64,7%. Finalmente, sobre las 4<sup>p</sup> del marketing se concluye que los productos que se ofertan en las ferreterías son de calidad en un 65,9%; y que las MYPE cuentan con diversas marcas respecto a los productos que se ofertan en un 62,9%.

Domínguez (2020). en su tesis de Licenciatura de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote titulada: “*Características de la gestión de calidad y el Endomarketing de MYPE rubro ferreterías en el cercado de Piura, año 2019.*” desarrollando la línea de investigación aprobada para la Escuela Profesional de Administración. Se estableció como objetivo general: Determinar las Características de la gestión de calidad y el Endomarketing de MYPE rubro ferreterías en el cercado de Piura, año 2019. La presente investigación fue de tipo descriptivo, nivel cuantitativo, diseño no experimental y de corte transversal, con cinco unidades económicas MYPE, con una población finita para las dos variables, gestión de calidad dirigida a los 5 gerentes de cada ferretería, y el Endomarketing a los 12 trabajadores. Siendo así la muestra de 5 gerentes y 12 trabajadores, para la obtención de información básica se utilizó la encuesta con instrumento de cuestionario con 19 preguntas para gestión de calidad y 17 preguntas para Endomarketing con un total de 36 preguntas.

Llegando a los resultados y conclusión que entre los elementos el 80% consideran el liderazgo, las estrategias, comunicación y los procesos; los requisitos el 80% consideraron la documentación, las políticas de calidad y mejora continua; el 75% dijeron que los elementos del Endomarketing son la motivación, los recursos humanos y los productos; Un 83% manifestaron que entre los requisitos de la calidad se centra el aprovechamiento de oportunidades.

Velasquez (2020) en su trabajo de investigación para optar el grado académico de Bachiller de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote titulada “*la gestión de calidad y el marketing en la micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del distrito de Sullana, año 2018*”, tuvo por objetivo general determinar las características de la gestión de calidad y el marketing en la micro y pequeñas empresas en el rubro ferretería en el distrito de Sullana, año 2018, la investigación es de tipo descriptivo, nivel cuantitativa se escogió una muestra de 30 Mype rubro ferreterías del distrito de Sullana a quienes se le aplicó una encuesta de 20 preguntas y se obtuvieron los siguientes resultados, se observa que el 65,5% de los propietarios encuestados consideran que están muy en acuerdo de que las mype dependen de sus clientes, mientras el 17,24% se considera que le es indiferente, mientras que el 17,24% está en un desacuerdo. Se observa que el 86,21% de los propietarios encuestados consideran que están muy en desacuerdo que clasificar sus productos ayude a atender mejor a los clientes, mientras el 13,79% se considera que están indiferentes. se observa que el 79,31% de los propietarios encuestados consideran que están muy en desacuerdo que los trabajadores deben tener experiencia en atención al cliente, mientras el 20,69% se considera que están indiferentes. Finalmente, en conclusión, la gestión de calidad y el marketing en la micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del distrito de Sullana.

### **Antecedentes locales**

Sipión (2023) en su tesis de Licenciatura de la Universidad Nacional de Tumbes titulada: *Calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del usuario del gobierno regional de Tumbes – 2023*, El propósito fue determinar si la calidad del servicio incide o afecta en la satisfacción de los usuarios en el municipio de la región Tumbes, y los resultados muestran que existe una relación positiva y significativa entre las variables, ya que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.719 y el P El valor es 0,003, que. es bajo en el nivel de significancia especificado (0,05), respectivamente, se puede observar que, de 55

encuestados, el 34,55% creía que la calidad del servicio era muy mala, el 54,55% creía que la calidad del servicio era regular y el 10,91% creía que el servicio era alto. La calidad fue muy buena. La relación entre capacidad de respuesta y satisfacción. Al respecto, cabe señalar que, según la encuesta, los usuarios indicaron que los trabajadores del del municipio casi nunca no se encuentran disponibles para atender su sugerencia o requerimientos. Según los resultados que se lograron obtener nos indica que existe una correlación entre la seguridad y satisfacción del usuario, donde se puede determinar que existe una correlación directa moderada ya que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0.556 y significativo (Sig.1).  $0,05 > 0,00$ ), cabe señalar que los usuarios encuestados indicaron que el personal casi nunca actuaba con confianza y que el personal no sabía lo suficiente para responder a sus preguntas. Respecto a si existe una relación directa moderada entre empatía y satisfacción del usuario, ya que el coeficiente de correlación de Pearson es de 0,518 y significativo (Sig.  $0,05 > 0,00$ ). De manera similar, los encuestados indicaron que el personal a veces mostraba un interés genuino en resolver un problema cuando tenía uno, sin mencionar brindarles atención personalizada.

Ipanaque (2021) en su presente investigación titulada “*Características de la Gestión de calidad y atención al cliente en la Ferretería y Negocios Generales Arcadio S.A.C del distrito de Sullana, año 2018*”. Tuvo como enunciado del problema: ¿Cuáles son las características de la Gestión de calidad y atención al cliente de la Ferretería y Negocios Generales Arcadio S.A.C del distrito de Sullana, año 2018?, para poder dar respuesta al enunciado se planteó el siguiente objetivo general: determinar las características de la Gestión de calidad y atención al cliente de la Ferretería y Negocios Generales Arcadio S.A.C del distrito de Sullana, año 2018. Se utilizó una investigación de tipo cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal, se escogió una muestra de 68 clientes y 5 trabajadores, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta utilizando como instrumento un cuestionario de 20 preguntas con escala Likert y se obtuvieron los siguientes resultados: el 60% de los trabajadores manifestó que la empresa siempre tiene sus metas definidas, el 60% de los trabajadores señaló que en la ferretería siempre realiza inspecciones para evitar que productos defectuosos lleguen al cliente. Por otro lado, del total de clientes encuestados el 72,1 % señaló que siempre considera que el servicio es apropiado y en tanto que el 38,2% señaló que casi nunca se considera un cliente leal. Se concluyó que la ferretería tiene sus metas definidas, ejecuta constantemente inspecciones de los productos, los clientes consideran que el servicio es apropiado, pero pocos se consideran clientes leales.

Guerrero (2019) en su tesis de Licenciatura de la Universidad Los Ángeles de Chimbote – Tumbes. Titulado *Caracterización de la competencia y la gestión de calidad de las MYPES del sector rubro Distribuidores de la venta de celulares en el cercado de Tumbes, 2018*. Tuvo como objetivo general: La Caracterización de la competencia y la gestión de calidad de las MYPES del rubro Venta de Celulares en el cercado de Tumbes, para la cual utilizó una metodología: tipo descriptivo, cuantitativo y no experimental, su instrumento fue la recolección de datos por medio de encuesta, los principales resultados fueron: el 40% de encuestados les llama la atención y están satisfechos con las ofertas y precios que también lo ven por medio de las redes sociales, 60% da de resultado la buena atención y productos a los clientes, el 20% nos indica que pueden realizar los pagos mediante cualquier medio y llego a la siguiente conclusión: que los clientes informan la buena atención y una excelente competitividad en el mercado al igual que son muy respetuoso, comunicativos al momento de realizar la venta.

## **2.2.Bases teóricas**

### **Variable 1: Gestión de la calidad**

Es un proceso sistemático que permite a cualquier organización planificar, ejecutar y controlar las diversas actividades que realiza. Independientemente del tamaño de la empresa, este tipo de gestión es necesaria y se centra no solo en la calidad de los servicios o productos, sino que también ayuda a asegurar el control sobre los procesos de la organización para lograr mejores resultados y cumplir las metas marcadas (Correa & Vélez, 2023).

Asimismo, de acorde con Bruschi et al. (2019) considera que para abordar una gestión de la calidad adecuada, es necesario que todas las actividades estén cohesionadas de acuerdo a los objetivos de la organización para facilitar la creación de productos o servicios a la medida del perfil del cliente; a su vez Onyike y Binti (2021) consideró que los componentes principales de este proceso son la aplicación de planificaciones concurrentes y procedimientos de control para facilitar una supervisión continua que ayude a cumplir las expectativas respecto a la calidad

El sistema se instaura con la finalidad de satisfacer a los usuarios y clientes y generar un lazo fuerte con ellos, relacionado con el producto o servicio que ofrecen, y esto resultará positivo cuando estos satisfacen los requerimientos de los clientes. Si como comprador quedas conforme con un producto o servicio, es casi seguro que tendrás

predisposición para volver a comprar de nuevo.

### **Dimensión 1: Liderazgo**

Steubel, (2022) Señala que los líderes establecen los objetivos y el enfoque empresarial y afirma que un método de gestión de calidad es aquel conformado por un conjunto de procedimientos interrelacionados entre sí, los mismos que se aplican sobre un conjunto de componentes para poder lograr la calidad de los productos y servicios proporcionados a los usuarios. En ese sentido se trata de planificar, organizar y optimizar Algunos componentes que afectarán en la atención de las necesidades y la satisfacción de las necesidades del consumidor. Entre los elementos del Sistema de Gestión de Calidad - SGC tenemos los siguientes: Estructura organizacional, planificación, procesos, recursos y procedimientos.

#### **Indicador 1: Servicio al Cliente**

Los clientes son aquellos que consumen los productos y servicios ofrecidos por la empresa. Estos clientes representan el principal ingreso para la empresa en términos monetarios, por lo que se le debe ofrecer un excelente servicio, la empresa se debe enfocarse siempre por superar las expectativas de los clientes, de modo que puedan comprar rápidamente y de manera constante en las instalaciones de la organización. (Baumann, 2021)

#### **Indicador 2: Posicionamiento en el mercado**

Se confirman dos formas esenciales para lograr el posicionamiento de marcas según su tamaño, aquellas que mediante medios y difusión masiva logran el top of mind a nivel nacional y aquellas que siendo pequeñas basan su posicionamiento en la tradición y constancia de décadas en los mercados locales. El estudio presenta datos sobre cinco categorías de productos de consumo cotidiano con la finalidad de proporcionar a los empresarios locales información necesaria para el diseño de sus estrategias de sostenibilidad del empleo contempladas en las actividades y finalidades de la Responsabilidad Social empresarial (Martínez 2023).

### **Dimensión 2: Planificación y gestión de procesos**

La planificación es una actividad del proceso administrativo que señala anticipadamente lo que va a suceder en el futuro y como alcanzar los objetivos trazados por una empresa o entidad. Así cuando se trabajó en un proyecto, plan o programa de

planificación estratégica o se busque un método acertado para establecer objetivos y metas organizacionales, así como objetivos para desarrollo personal y profesional, un plan de acción es el instrumento óptimo. Diseñar y poner en marcha un plan de acción beneficiará a los clientes. Este instrumento de gestión debe contener: objetivos, metodologías, cronograma de actividades, financiamiento de ser necesario. (Raeburn, 2022).

### **Indicador 1: Eficiencia y productividad**

Esto es sumamente importante para que cualquier empresa pueda lograr el éxito, ya que la eficiencia y productividad es determinante en la gestión por procesos logrando que los procesos sean óptimos y por ende organizados. Así también se busca obtener el máximo de rendimiento de los recursos que posee la empresa como: Potencial humano, materiales, económicos, tiempo. (Palacios, 2022)

### **Indicador 2: Mejora de los recursos disponibles**

Las nuevas tendencias hacen que los clientes y usuarios cada vez utilicen más las plataformas digitales para resolver sus problemas y quejas. Es primordial que se desarrollen nuevas canales digitales para facilitar la atención a los clientes y así puedan encontrar respuestas rápidas para su bienestar. Con esto se dará un soporte al sistema de llamadas a los centros de atención para los clientes. Con esto se reducirá la atención que brindan los agentes, aumentando así la productividad de los mismos dando soporte a los diversos clientes que solicitan asesoramiento personalizado de los productos (Martins, 2023).

### **Variable 2: Atención al cliente**

#### **Definición**

Fernández (2020) lo define como la comunicación basada entre el cliente y la empresa ya que la comunicación debe basarse de manera interna y externa y teniendo en cuenta el sistema de comunicación que es el emisor, receptor, mensaje, canal, código, contexto, interferencia y la retroalimentación. Son aquellos conectores que se comunican con los clientes y que pueden recomendar el producto de la empresa a las demás personas viendo que, si cumplen las expectativas de los clientes, con la buena comunicación puede atraer más clientes, el buen trato, más clientes fieles a la empresa que genera ganancia.

La atención al cliente es un instrumento de mercadeo, que se delega en instituir lugares de unión con los consumidores, a través de diversos canales, para formar relaciones

con ellos, antiguamente, durante y posteriormente de la venta. (Douglas da Silva, 2020)

### **Dimensión: Empatía y Amabilidad**

Se refiere al horizonte de atención especificada que brindan las compañías a sus consumidores. Lo cual se debe transmitir por intermedio de un servicio personificado o apropiado al agrado del comprador. Los profesionales de la atención deben tener habilidades como la empatía, la paciencia y la capacidad de resolver problemas en general. Además, necesitan habilidades técnicas para abordar situaciones desafiantes y conflictivas. (Ortega, 2023).

### **Indicador 1: Satisfacción del cliente**

Millán (2019), sostiene que la satisfacción del cliente se refiere a la medida en que las expectativas y necesidades del cliente son cumplidas o superadas por la empresa en relación a sus productos o servicios. La satisfacción del cliente es un aspecto clave en la gestión empresarial y es un indicador importante de la calidad del servicio que se ofrece, trazándose como objetivo la atención al cliente y la fidelización, investigando Maleabilidad y mejora perenne.

### **Indicador 2: Expectativas del cliente**

Es necesario saber que las expectativas están dentro del rango de lo que la empresa puede ofrecer a sus clientes. Ya sea igual, inferior o superior a las expectativas de la competencia; cumplir con las expectativas del consumidor medio incentiva las compras. En nuestra vida diaria existen expectativas que nos acechan con ilusiones y reclamos. Pero cuando no se materializan –que suele ser el caso– nos hundiremos en las profundidades de la frustración, la desilusión y la frustración. Por tanto, es muy importante comprender los peligros psicológicos de las expectativas. (Delgado, 2023).

### **Dimensión: Motivación de servicio**

Se describe como la habilidad para elaborar el servicio ofrecido de manera honrada y esmerada. Es indicar, que la asociación cumple con sus ofrecimientos: sobre entregas, abastecimiento del servicio, solucionar dificultades y fijar el costo de los productos. Prestarles un buen servicio rápido y atender sus necesidades de manera adecuada es determinante para lograr una fidelización con los clientes. Las empresas deben tener conocimiento y habilidades para inspirar credibilidad y confianza en los consumidores (Delgado, 2023).

### **Indicador 1: Rapidez en la atención**

La calidad del servicio al cliente consiste en brindarle las características y atributos que satisfacen las necesidades y expectativas del cliente. La satisfacción del cliente depende de la calidad del servicio, que se puede medir mediante indicadores como la rapidez, la amabilidad, la eficacia en la resolución de problemas, entre otros. (Mateos de Pablo, 2019).

### **Indicador 2: Eficacia en la resolución de problemas**

Villacorta (2022) señala que la calidad cumple con los requerimientos de un negociador ya que esto representa un valor indispensable para el cliente. Esta calidad deduce a que la organización debe de cumplir con los requerimientos que el cliente solicita ya sea en el tiempo y en la forma en como lo desea, de tal manera hará de que se junte el defecto por parte del servicio dando como respuesta positiva ante una buena satisfacción al cliente con los servicios requeridos de la empresa.

## **Marco conceptual**

### **Gestión de la calidad**

Steubel, (2022), Es una red de procesos que generalmente se crean y adaptan a nuevas formas de comunicación creativa y empresarial. La gestión de la calidad tiene como objetivo evitar errores y desviaciones en los procesos, en los últimos las nuevas tendencias y exigencias de los clientes ha llevado a un cambio de los mercados locales limitados, donde la demanda y el consumo son altos, a los mercados y la distribución internacionales.

García, (2018) La calidad del servicio es la preparación tanto de las necesidades de los clientes, a más apropiado más calidad, y menos apropiada menos calidad, esto es interpretar las necesidades y los deseos de cada cliente.

Franco, (2020), Es una herramienta universal desarrollada con el objetivo de lograr la mejora entre pares para el bien común de cada organización. Abbas (2020), por su parte, cree que la aplicación de esta herramienta es necesaria para mejorar la imagen de la organización proporcionando servicios y productos que contengan elementos clave que aseguren el desempeño esperado.

Vélez (2002), La gestión de la calidad en el sector financiero es actualmente muy importante, porque es una herramienta importante para el posicionamiento diferenciado de productos o servicios basados en la competitividad y la calidad. En el sector económico es importante aclarar que se distinguen diferentes sectores según actividades, es

decir el sector primario; secundaria y terciaria.

La gestión de la calidad es una parte integral del logro de los objetivos de calidad fijados por las empresas, independientemente de su naturaleza, y el enfoque actual en el sector de servicios no es diferente para estas organizaciones, especialmente porque ahora se considera uno de los segmentos más importantes en el mundo. En el mundo financiero, por lo tanto, también se debe buscar la calidad del servicio para tener éxito en el cada vez más competitivo mercado financiero.

### **Atención al cliente**

La calidad es el servicio para que las empresas logren obtener una ventaja competitiva ya que se considera una opción razonable en un ambiente financiero globalizado (Silva, 2021).

Duglas (2020). La atención al cliente es un instrumento de mercadeo, que se delega en instituir lugares de unión con los consumidores, a través de diversos canales, para formar relaciones con ellos, antiguamente, durante y posteriormente de la venta.

Corrales (2019), esto significa una oportunidad para transmitir la competitividad y el sentido de responsabilidad de la organización respondiendo a las necesidades del público para crear la satisfacción suficiente y posibilitar el progreso en los eventos de la empresa.

Rita (2019), si la atención era suficiente, era posible crear vínculos emocionales importantes con el cliente para una comunicación positiva y proporcionar información que contribuyera al desarrollo continuo.

Chapilliquen (2019) lo mencionó como una combinación de muchas características diferentes que facilitaron la creación de aspectos para satisfacer las necesidades del cliente a lo largo del tiempo, teniendo en cuenta las características o limitaciones que el cliente muchas veces necesita.

### **2.3. Hipótesis**

En el estudio de investigación titulada propuesta de mejora de La gestión de la calidad y la atención al cliente en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024, en este estudio no se planteó una hipótesis por ser de nivel descriptivo. La investigación descriptiva se limita a describir sin establecer relaciones causales ni formular hipótesis. El objetivo de esta investigación es obtener información específica y minuciosa sin hacer suposiciones ni generalizaciones (Hernández & Mendoza 2018).

### **III. Metodología**

#### **3.1. Tipo, Nivel y Diseño de Investigación**

##### **Tipo**

La investigación fue de tipo cuantitativo. Según Sánchez (2020) es una estrategia de investigación que se centra en cuantificar la recopilación y el análisis de datos. Se forma a partir de un enfoque deductivo en el que se hace hincapié en la comprobación de la teoría, moldeada por filosofías empiristas y positivistas. Es decir, el estudio será cuantitativo, porque tendrá una estructura con la cual se podrá medir, ya que se utilizarán instrumentos de evaluación y medición.

##### **Nivel**

EL nivel de la investigación fue descriptivo de propuesta, según Ojeda, (2020) porque describe la problemática de la empresa, debido a que la investigación se refiere al grado de conocimiento que posee el investigador en relación con el problema, hecho o fenómeno a estudiar. De igual modo cada nivel de investigación emplea estrategias adecuadas para llevar a cabo el desarrollo de la investigación”

##### **De propuesta**

Espinoza (2018) señala que una propuesta de investigación es un informe técnico destinado a lectores familiarizados con la investigación que presenta un problema de investigación, necesidades y planes de implementación, lo cual se debe informar al lector de forma rápida y precisa ya que debe estar completamente documentado y basado en datos de respaldo; lo cual este estudio de investigación se elaboró una propuesta y plan de mejora para darle solución a los resultados obtenidos mediante la encuesta ya que fueron encontrados en la investigación, ya que así se reducirán los problemas gestión de calidad y atención al cliente.

##### **Diseño**

Fue no experimental, Según Hernández (2018) indica que los diseños no experimentales se realizan sin manipular las variables de la investigación solo se observan los fenómenos de su ambiente empresarial. Si un fenómeno puede cambiar, sólo puede ser causado por las observaciones de investigadores que sacan conclusiones basadas en lo que observan.

Fue transversal, según Morales (2020) afirma que un estudio transversal es un estudio observacional que analiza variables en una muestra de población durante un período de tiempo. Los estudios transversales analizan variables y extraen conclusiones sobre su comportamiento.

### **3.2. Población y Muestra**

#### **Población:**

Es un conjunto de elementos accesibles o unidad de análisis que pertenecen al ámbito especial donde se desarrolla el estudio (Condori, 2020).

Población 1, estuvo constituida por 5 trabajadores de la Ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L.; a la cual se le aplicó la encuesta con la variable gestión de la calidad, y Población 2, estuvo constituida por 10 clientes de la empresa, a los cuales se le aplicó la encuesta de la variable: Atención al cliente.

#### **Muestra:**

López, (2019) menciona que la muestra se obtiene para la investigación de las propiedades o características subconjunto de población, con las mismas características generales de la población. Lo cual se cuenta con dos tipos de muestra no probabilística o censal.

La muestra fue no probabilística y estuvo compuesta de la siguiente manera: para la variable Gestión de la Calidad 5 trabajadores y para la variable Atención al Cliente fueron 10 clientes fidelizados de la Ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.

#### **Criterios de Inclusión:**

- Clientes que accedieron a la encuesta voluntaria
- Trabajadores de la empresa

#### **Criterios de Exclusión:**

- Clientes que no accedieron a la encuesta voluntaria
- Dueño y familiares de la empresa

**Muestra: Variable Gestión de la Calidad: 5 personas**

**Variable Atención al Cliente: 10 personas**

### 3.3. Operacionalización de las variables

VARIABLES	DEFINICION OPERATIVA	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	CATEGORIAS O VALORACION		
Variable 1 Gestión de la calidad	La gestión de la calidad es un proceso sistemático que permite a cualquier organización planificar, ejecutar y controlar las diversas actividades que realiza. Independientemente del tamaño de la empresa, este tipo de gestión es necesaria y se centra no solo en la calidad de los servicios o productos, sino que también ayuda a asegurar el control sobre los procesos de la organización para lograr mejores resultados y cumplir las metas marcadas (Correa & Vélez, 2023)	Liderazgo	Servicio al Cliente Posicionamiento en el mercado	Likert	Siempre= 5 Casi siempre= 4 A veces= 3 Rara vez= 2 Nunca = 1		
		Planificación y gestión de procesos	Eficiencia y productividad Mejora de los recursos disponibles				
Variable 2 Atención al cliente	Fernández (2020) lo define como la comunicación basada entre el cliente y la empresa de manera interna y externa y teniendo en cuenta el sistema de comunicación que es el emisor, receptor, mensaje, canal, código, contexto, interferencia y la retroalimentación. Son aquellos conectores que se comunican con los clientes y que pueden recomendar el producto de la empresa a las demás personas viendo que, si cumplen las expectativas de los clientes, con la buena comunicación puede atraer más clientes, el buen trato, más clientes fieles a la empresa que genera ganancia.	Empatía y Amabilidad	Satisfacción del cliente Expectativas del cliente			Likert	Siempre= 5 Casi siempre= 4 A veces= 3 Rara vez= 2 Nunca = 1
		Motivación del servicio	Rapidez en la atención Eficacia en la resolución de problemas				

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información.**

#### **Técnica**

La Técnica que se utilizó fue la encuesta.

Se aplicó la encuesta como técnica de recolección de datos con la autorización de los propietarios de la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, se consideraron 12 preguntas para el cuestionario, siendo 6 preguntas para la variable: Gestión de la Calidad y 6 preguntas para a variable: Atención al cliente las encuestas fueron aplicados a 5 trabajadores de la empresa y 15 clientes.

(Caro, 2019) la encuesta es un método que nos ayuda a recopilar la información sobre la recopilación de datos, en conformidad de las técnicas establecidas dentro de las tablas indicadas.

#### **Instrumento**

El instrumento que se utilizó fue el cuestionario, según Torres, (2019) señala que el cuestionario está relacionado con la escala de Likert ya que es una clasificación que se utilizó para preguntar a una persona que tan de acuerdo o en desacuerdo esta con una variable, es decir medir la reacción, actitud y satisfacción de la persona. En esta investigación se utilizó como instrumento el cuestionario ya que estuvo estructurado por 12 ítems en escala de Likert lo cual 6 ítems para la variable: Gestión de la calidad y los 6 ítems para la variable Atención al Cliente.

(Torres, 2019) la estructuración de esta herramienta trata de la formulación de información detalladas que son necesarias para la investigación, de manera ordenada en un formulario para poder registrar fácilmente

### **3.5. Método de análisis de datos**

A la hora de planificar el análisis de datos, se realizan operaciones con los datos con el objetivo de obtener conclusiones precisas que ayuden a conseguir nuestros objetivos. Después de recopilar los datos mediante métodos de encuesta, se resumen secuencialmente en tablas y gráficos. (Izaguirre, 2020).

Se utilizó una encuesta para recopilar datos de los empleados. La encuesta consistió en un cuestionario con preguntas sobre diversos temas relacionados con las dimensiones de las variables: gestión de la calidad y atención al cliente. Después de encontrados los datos, estos fueron organizados en una matriz o tabla trabajados en la hoja de cálculo Excel para almacenar la base de datos y tabular la información de la investigación. Los resultados se utilizaron para crear las tablas y gráficos estadísticos. La confiabilidad de la encuesta se calculó utilizando el alfa de Cronbach, estadístico que evalúa la confiabilidad y consistencia interna de la escala midiendo la correlación entre los ítems del instrumento. Se utilizaron Microsoft Word y Microsoft Power Point como soporte de diapositivas durante la presentación. El Turnitin se usó para verificar la originalidad y los derechos de autor del trabajo de investigación.

### **3.6. Aspectos Éticos.**

El estudio se realizó bajo los principios éticos de la Reglamentación de Integridad Científica de la Universidad Católica de Los Ángeles (2024). actualizado por Consejo Universitario con Resolución N° 0277- 2024-CU-ULADECH Católica, de fecha 14 de marzo del 2024.

**Respeto y protección de los derechos de los intervinientes:** su dignidad, privacidad y diversidad cultural. La investigación se protegió a participantes, no incluyó datos personales o fotografías de su imagen, y se comunicó que los datos proporcionados tenían fines investigativos.

**Cuidado del medio ambiente:** respetando el entorno, protección de especies y preservación de la biodiversidad y naturaleza. El cuestionario se aplicó en papeles reciclados para preservar la naturaleza y evitar la tala excesiva de árboles, utilizando moderada energía para evitar laptop cargado.

**Libre participación por propia voluntad:** estar informado de los propósitos y finalidades de la investigación en la que participan, de tal manera, que se exprese de forma inequívoca su voluntad libre y específica. El cuestionario se aplicó después de conocer la

investigación, consentimiento informado, petición de participación, lectura del documento, aceptación y firma, así como aclarar las dudas de los encargados.

**Beneficencia, no maleficencia:** durante la investigación y con los hallazgos encontrados asegurando el bienestar de los participantes a través de la aplicación de los preceptos de no causar daño, reducir efectos adversos posibles y maximizar los beneficios. Se informó a los trabajadores de la microempresa de que su participación en el estudio no les causaría ningún perjuicio y se respetarían sus peticiones de anonimato. También se les animó a ser libres y a no interrumpir su horario de trabajo, evitando así cualquier impacto negativo.

**Integridad y honestidad:** que permita la objetividad, imparcialidad y transparencia en la difusión responsable de la investigación. El investigador trabajó con diligencia en el proceso de investigación, recopilando información precisa mediante entrevistas y fuentes fiables, demostrando transparencia, honradez y responsabilidad en la ejecución del estudio.

**Justicia:** a través de un juicio razonable y ponderable que permita la toma de precauciones y limite los sesgos, así también, el trato equitativo con todos los participantes. El investigador dispensó un trato amable e integrador a todos los participantes, garantizando la igualdad de consentimiento y respondiendo a las mismas preguntas, y también les proporcionó una copia de los resultados de la investigación.

## IV. Resultados

### Objetivo específico 1

**Tabla 1**

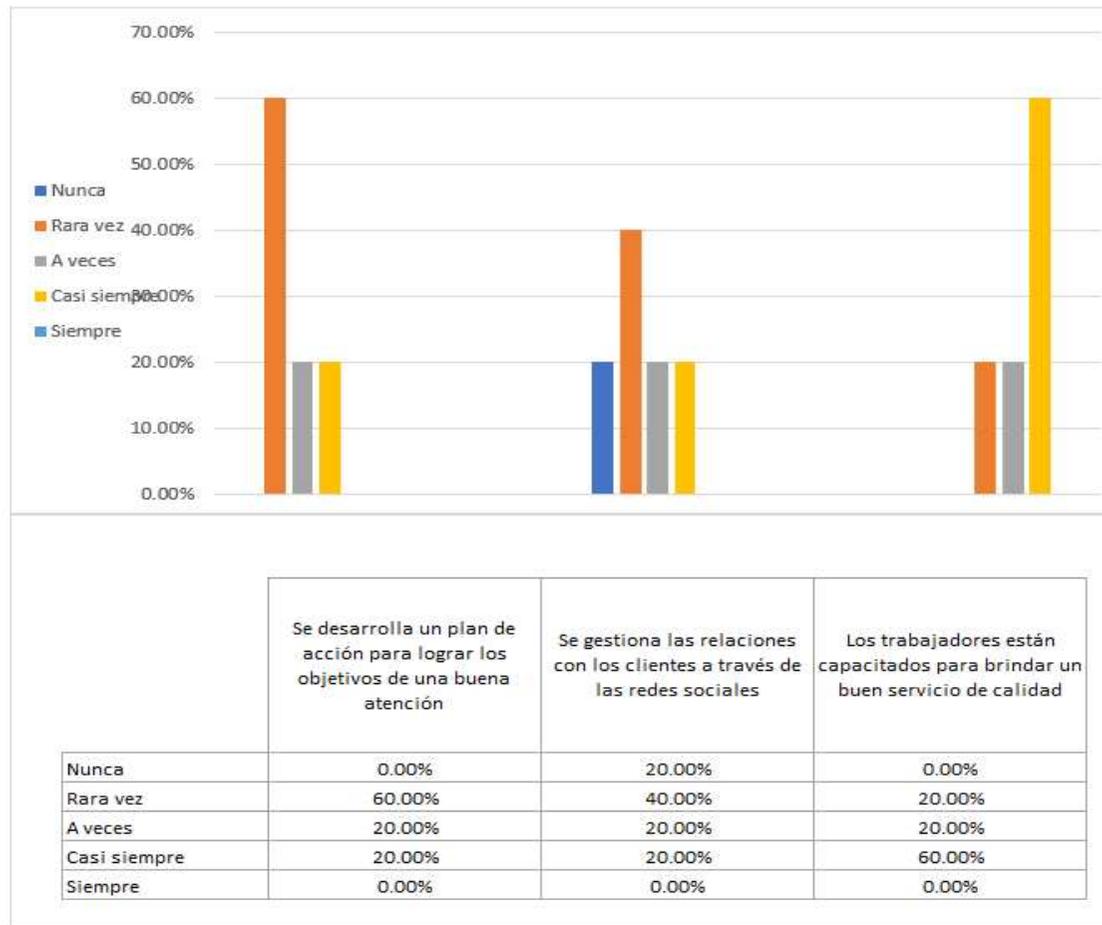
Características de los Elementos de la gestión de la Calidad en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.

Características de los Elementos de la Calidad	N	%
<b>Se desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	3	60.00
A veces	1	20.00
Casi siempre	1	20.00
Siempre	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>Se gestiona las relaciones con los clientes a través de las redes sociales</b>		
Nunca	1	20.00
Rara vez	2	40.00
A veces	1	20.00
Casi siempre	1	20.00
Siempre	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>Los trabajadores están capacitados para brindar un buen servicio de calidad</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	1	20.00
A veces	1	20.00
Casi siempre	3	60.00
Siempre	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>

*Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.*

**Figura 1**

Características de los Elementos de la gestión de la Calidad en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L., Zarumilla, 2024.



**Nota.** La figura nos indica los resultados de las interrogantes relacionadas a las características de los elementos de la calidad en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L., Zarumilla, 2024.

## Objetivo específico 2

**Tabla 2**

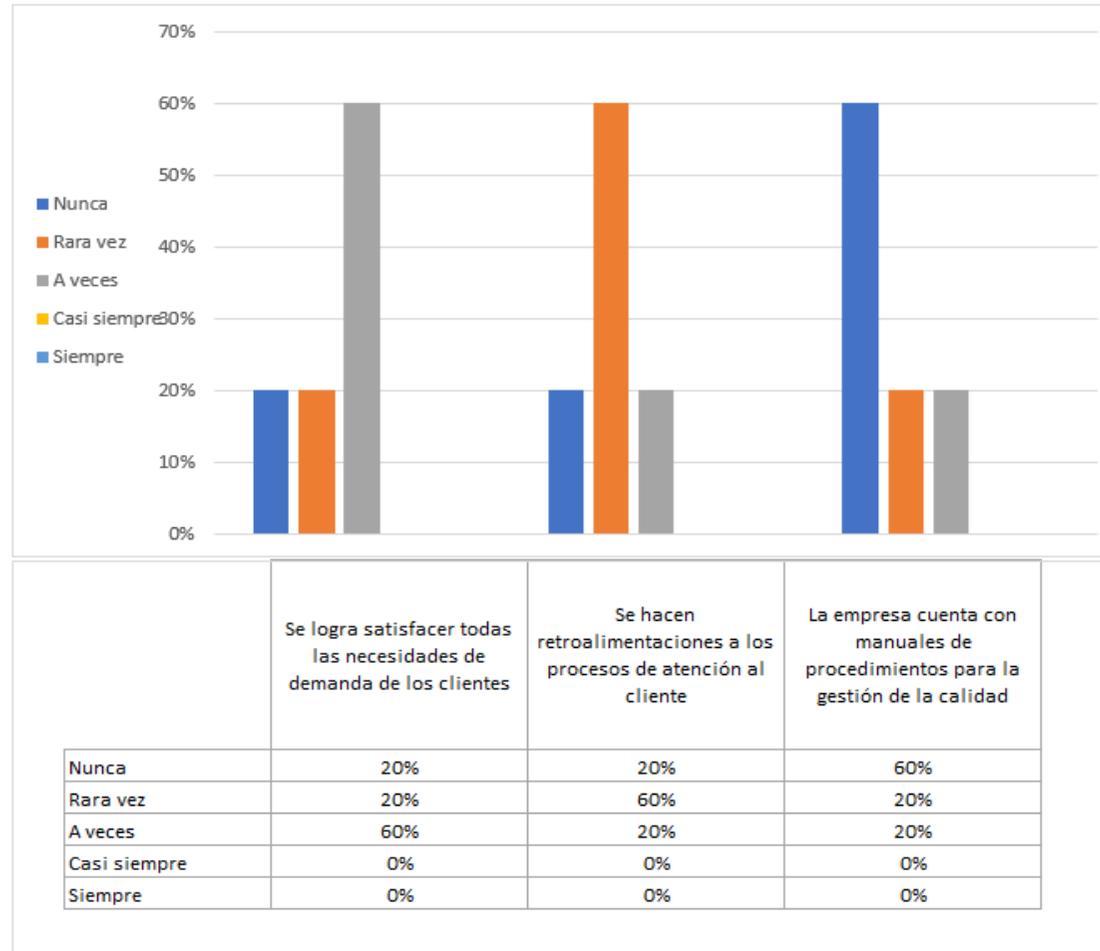
Características de los Principios de Gestión de la Calidad en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.

Características Principios de Gestión de la Calidad	N	%
<b>Se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes</b>		
Nunca	1	20.00
Rara vez	1	20.00
A veces	3	60.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>Se hacen retroalimentaciones a los procesos de atención al cliente</b>		
Nunca	1	20.00
Rara vez	3	60.00
A veces	1	20.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>
<b>La empresa cuenta con manuales de procedimientos para la gestión de la calidad</b>		
Nunca	3	60.00
Rara vez	1	20.00
A veces	1	20.00
Casi siempre	0	0.00
Siempre	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>5</b>	<b>100.00</b>

*Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.*

**Figura 2**

Características de los Principios de Gestión de la Calidad en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L., Zarumilla, 2024.



**Nota.** La figura nos indica los resultados de las interrogantes relacionadas a las características de los principios de gestión de la calidad en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L., Zarumilla, 2024.

### Objetivo específico 3

**Tabla 3**

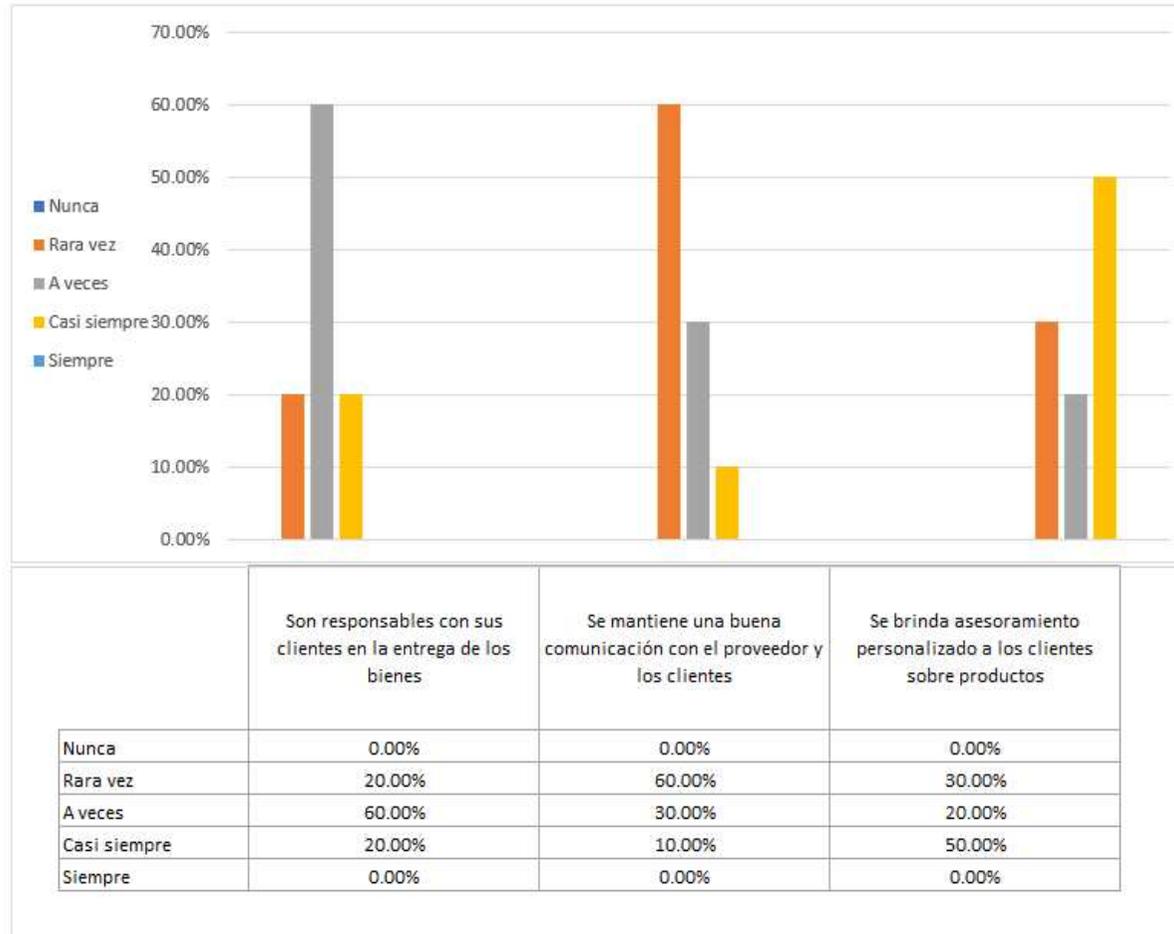
Características de los Canales de Comunicación de Atención al Cliente en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.

Características de los Canales de Comunicación de Atención al Cliente	N	%
<b>Son responsables con sus clientes en la entrega de los bienes</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	2	20.00
A veces	6	60.00
Casi siempre	2	20.00
Siempre	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Se mantiene una buena comunicación con el proveedor y los clientes</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	6	60.00
A veces	3	30.00
Casi siempre	1	10.00
Siempre	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Se les brinda asesoramiento personalizado a los clientes respecto a los productos</b>		
Nunca	0	0.00
Rara vez	3	30.00
A veces	2	20.00
Casi siempre	5	50.00
Siempre	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>

*Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.*

**Figura 3**

Características de los Canales de Comunicación de Atención al Cliente en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L., Zarumilla, 2024.



**Nota.** La figura nos indica los resultados de las interrogantes relacionadas a las características de los Canales de Comunicación de Atención al Cliente la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L., Zarumilla, 2024.

#### Objetivo específico 4

**Tabla 4**

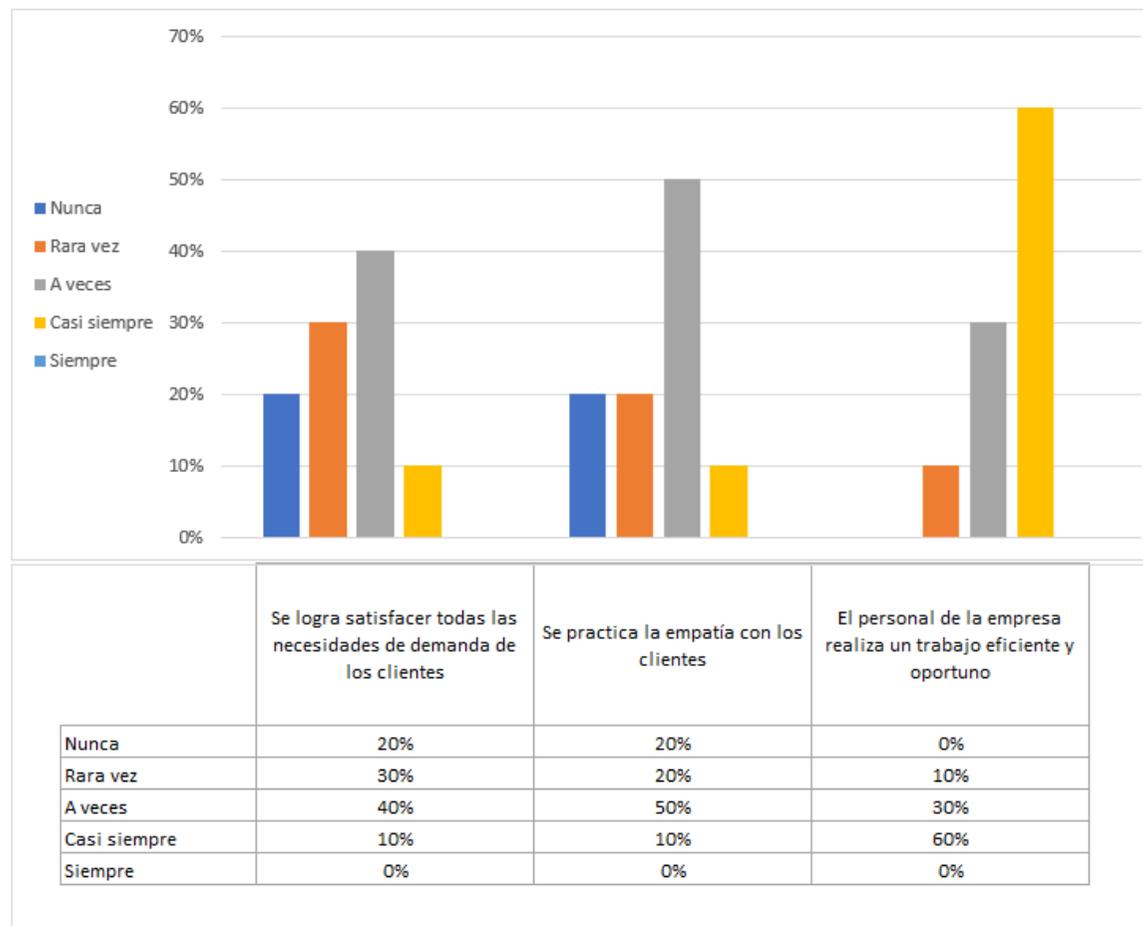
Características de los Componentes de la Atención al Cliente en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.

Características de los Componentes de la Atención al Cliente	N	%
<b>Se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes</b>		
Nunca	2	20.00
Rara vez	3	30.00
A veces	4	40.00
Casi siempre	1	10.00
Siempre	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>Se practica la empatía con los clientes</b>		
Nunca	2	20.00
Rara vez	2	20.00
A veces	5	50.00
Casi siempre	1	10.00
Siempre	0	0.00
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100.00</b>
<b>El personal de la empresa realiza un trabajo eficiente y oportuno</b>		
Nunca	0	0
Rara vez	1	10
A veces	3	30
Casi siempre	6	60
Siempre	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>10</b>	<b>100</b>

*Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los trabajadores en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.*

**Figura 4**

Características de los Componentes de la Atención al Cliente en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L., Zarumilla, 2024.



**Nota.** La figura nos indica los resultados de las interrogantes relacionadas a las características de los Componentes de la Atención al Cliente de la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L., Zarumilla, 2024.

## Objetivo específico 5

**Tabla 5**

Propuesta de un plan de mejora de la gestión de la calidad y atención al cliente en la empresa Ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.

Variable	Indicador	Problema	Causa	Consecuencia	Acciones de mejora	Responsables	Presupuesto
Gestión de la calidad	Posicionamiento en el mercado	El 40% de los trabajadores mencionan que rara vez se gestionan relaciones con los clientes a través de las redes sociales	El personal señala que la ferretería no gestiona relaciones con los clientes a través de las plataformas digitales, lo que afecta su posicionamiento en el mercado.	El no gestionar relaciones con los clientes a través de las plataformas digitales perjudica a la ferretería ya que su marca no será muy reconocida en el mercado.	Utilizar herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación con los clientes.	Gerente/ personal	S/ 1,000.00
	Eficiencia y productividad	El 60% de los trabajadores afirman que a veces se logra satisfacer las necesidades de demanda de los clientes	El personal señala que la ferretería no está satisfaciendo en su totalidad las necesidades de los clientes, no se aplica una retroalimentación a los procesos.	No cumplir con los requerimientos y exigencias de los clientes, genera una mala reputación y poca aceptación de los clientes.	Implementar indicadores de rendimiento y aplicar medidas correctivas	Gerente/ personal	S/ 500.00
Atención al Cliente	Satisfacción del Cliente	El 60% de los clientes afirman que rara vez se mantiene una buena comunicación con los clientes.	Los clientes afirman que no existe una buena comunicación con ellos en la atención que reciben, por lo que siente que se les debe tomar más en cuenta.	Insatisfacción del cliente	Realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades de los clientes	Gerente/ personal	S/ 500.00
	Rapidez en la atención	El 60% de los clientes mencionan que a veces son responsables con sus clientes en la entrega de los bienes.	Los clientes mencionan que la empresa carece de un sistema de atención oportuna, ya que en ocasiones no cumplen con los plazos de entrega de los productos.	Pérdida de la credibilidad y disminución en las ventas	Implementar un proceso de retroalimentación	Gerente/ personal	S/ 500.00

## V. Discusión

### **Objetivo específico 1: Conocer las características de los elementos de gestión de la calidad en la ferretería de ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.**

El 60% de los trabajadores mencionan que rara vez se implementa planes de acción que mejoren el servicio al cliente. Estos resultados difieren con Villacorta (2022) quien encontró que el 50% casi siempre emplean planes. Como lo indica Raeburn (2022) que la planificación de acciones es una técnica popular de gestión de proyectos que le ayuda a determinar exactamente cómo alcanzará sus objetivos. El personal indica que la ferretería carece de planes de acción o directivas que ayuden a mejorar el servicio a los clientes. Cuando no se proponen y ejecutan planes de acción para mejorar el servicio al cliente, éste optará por dejar de consumir los productos. Lo que se busca con la propuesta de mejora es Implementar adecuadamente planes operacionales para mejora la calidad del servicio al cliente, ya que el servicio integral al cliente se conforma por dos aspectos importantes, la forma y el fondo del servicio, el primero está ligado al trato que se le brinda al cliente y el segundo está relacionado con el aspecto técnico del servicio en sí y que está relacionado con los productos que se ofertan, todo esto es consecuencia de la gestión de la calidad que la empresa esté realizando. Es por ello que cada proceso de la empresa debe ser eficiente en términos de tiempos y resultados buscando cumplir todas las expectativas de los clientes.

El 40% de los trabajadores mencionan que rara vez se gestionan relaciones con los clientes a través de las redes sociales. Estos resultados contrastan con Villanueva (2021) quien encontró que el 77% de los encuestados estuvo de acuerdo en que, el personal es comprensivo y servicial cuando los clientes tienen problemas. Como lo indica MBA Madrid (2023) que la gestión de las relaciones con los clientes representa un área importante de la competitividad de una empresa. Un elemento importante en el contexto de la gestión de relaciones con los clientes es el contacto y la comunicación con ellos. Lo que se busca con la propuesta de mejora es utilizar herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación con los clientes ya considerando las nuevas tendencias con los avances tecnológicos, estos nos ayudaran a estar en contacto permanente con los clientes, interactuar con ellos y saber cuáles son sus gustos, preferencias y sobre todo dar solución a sus problemas y atender sus

consultas. De esta manera estaremos más conectados con nuestros clientes.

**Objetivo específico 2: Describir las características de los principios de gestión de la calidad para la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.**

El 60% de los trabajadores afirman que a veces se logra satisfacer las necesidades de demanda de los clientes, Como lo indica Baumann (2021) que los clientes son quienes compran los productos y servicios de su organización. Estos clientes son la principal fuente de ingresos de la empresa, por lo que deben beneficiarse de un servicio excelente y esforzarse siempre por superar sus expectativas, de modo que comprarán repetidamente en su departamento de instalaciones. Lo que se busca con esta propuesta de mejora es implementar indicadores de rendimiento y aplicar medidas correctivas que nos ayuden a mejorar los procesos en cada etapa. Un servicio de calidad siempre será el resultado de una gestión de la calidad, por eso es importante aplicar ciertos principios necesarios para el cumplimiento del mismo. La propuesta busca mejorar cada componente que integre el proceso de la gestión de la calidad, desde la labor de soporte administrativo hasta la labor operacional o misional de la empresa.

El 50% de los clientes indican que a veces se practica la empatía con los clientes. Estos resultados coinciden con Merino (2021) quien encontró que las expectativas, se puede apreciar que el nivel alcanzado es de 100% en el nivel medio, lo que significa que la empresa no cumple plenamente con las promesas que hace a los clientes a través de la publicidad. Lo que se busca con la propuesta de mejora es Diseñar encuestas de satisfacción para aplicarla a los clientes, con esta información proporcionada aplicaremos estrategias que nos ayuden a mejorar la atención con nuestros clientes puesto que de ello dependerá la fidelización posterior y sobre todo que nuestra cartera de clientes se vaya incrementando. La propuesta se enfoca en sacar a relucir cada mínimo detalle que sea negativo en la atención a los clientes y de esta manera mejorarlo a tal punto de lograr esa satisfacción deseada en ellos porque un cliente satisfecho siempre será el resultado de una gestión interna de calidad por parte de la empresa.

**Objetivo específico 3: Identificar las características de los canales de comunicación de atención al cliente de la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.**

El 60% de los clientes afirman que rara vez se mantiene una buena comunicación con los clientes. Estos resultados contrastan con Villacorta (2022) quien encontró que el 66.67% algunas veces realizan encuestas de satisfacción. Hay que tener en cuenta que los clientes insatisfechos cambiarán inmediatamente de marca o de proveedor. Los clientes satisfechos permanecen leales, pero sólo hasta que encuentran otro proveedor con un mejor trato. Lo que se busca con la propuesta de mejora es Realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades de los clientes, así no permitirá hacer las mejoras e innovaciones que se requieran tanto para el producto como para las operaciones de la empresa, mejorando el sistema de comunicación que representa una herramienta clave en el logro de los objetivos organizacionales.

El 60% de los clientes mencionan que a veces son responsables con sus clientes en la entrega de los bienes. Como lo indica Baumann (2021) que los clientes son quienes compran los productos y servicios de su organización. Estos clientes son la principal fuente de ingresos de la empresa. Lo que se busca con esta propuesta de mejora es Implementar un proceso de retroalimentación que nos ayude a identificar esas falencias en cada proceso interno que realiza la empresa y de esta manera hacer las correcciones implementando las mejoras necesarias para lograr un proceso de calidad y que esto se vea reflejado en un servicio de calidad para nuestros clientes quienes se sentirán satisfechos por la mejora lograda en la atención y servicio integral.

**Objetivo específico 4: Definir las características de los componentes de atención al cliente para ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024**

El 60% de los trabajadores señalan que la empresa no cuenta con manuales de procedimientos para la gestión de la calidad y no realiza retroalimentación a sus procesos. El 60% de los trabajadores señalan que a empresa no cuenta con manuales de procedimientos para la gestión de la calidad y no realiza retroalimentación a sus procesos. El personal señala que la ferretería no cuenta con manuales de procedimientos para la gestión de la calidad, es decir no se cuenta con un sistema de gestión de la calidad. No contar con manuales de

procedimientos genera errores frecuentes en las tareas que pueden generar pérdidas para la empresa. Lo que se busca con esta propuesta de mejora es Diseñar manuales de procedimientos para la gestión de la calidad en todas las etapas del proceso productivo.

El 40% de los clientes señalan que a veces se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes. Como lo indica Wiles (2022) que los errores o incidencias son algunas de las cosas más costosas en el proceso de atención al cliente. Lo que se busca con esta propuesta de mejora es brindar asesoramiento en línea para consultas y dudas, sobre todo atender las necesidades que se le presentan a clientes, esto engranado con una buena atención en términos de buen trato, tiempo oportuno y resolución de problemas, el fondo (buen trato, valores, principios etc.) y la forma de la atención al cliente (aspectos técnicos del producto) son claves para lograr el posicionamiento de la marca en el mercado.

**Objetivo específico 5: Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la gestión de la calidad y atención al cliente en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.**

## **PLAN DE MEJORA**

### **1. Datos generales**

Nombre comercial: Negocios Zarumilla E.I.R.L

Dirección Legal: Av. Panamericana Norte. Campo Amor - Zarumilla

### **2. Visión:**

Ser la empresa líder a nivel regional, reconocida por su alta calidad e innovación de sus productos satisfaciendo las necesidades de los clientes.

### **3. Misión:**

Es proveer a sus clientes con productos de alta calidad, además de dar un excelente servicio para lograr la fidelidad de ellos y así permanecer como una empresa sólida a través del tiempo. (Martins, 2023).

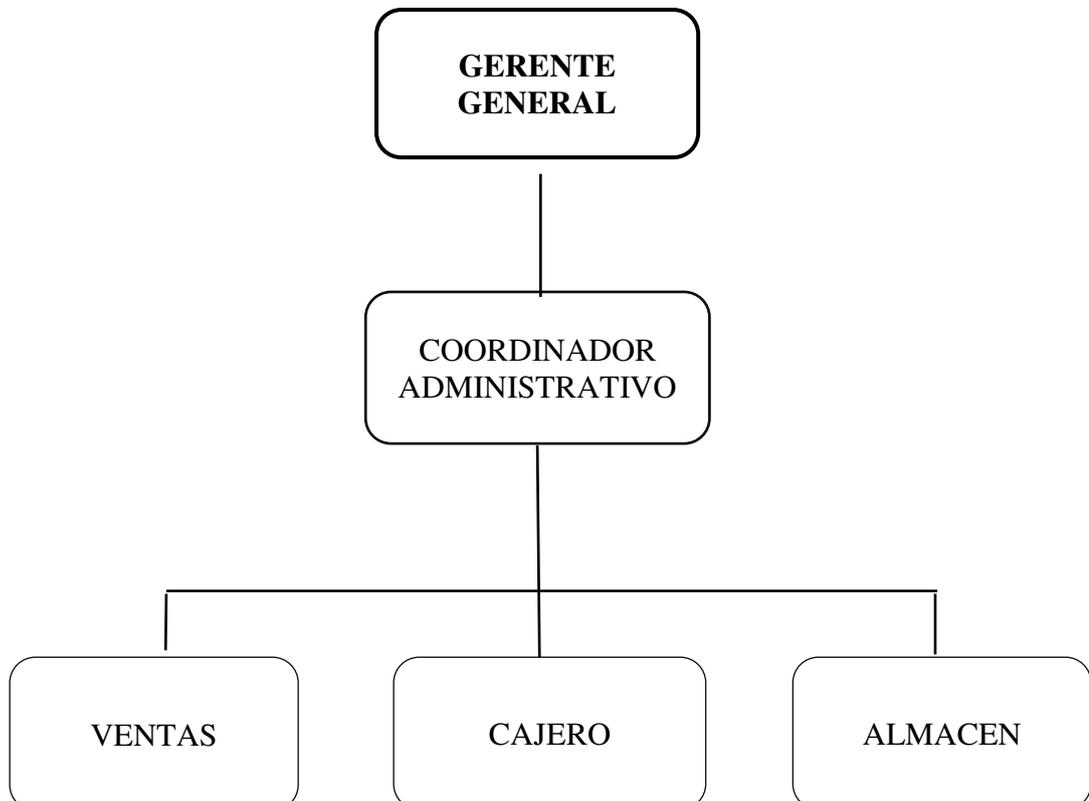
### **4. Objetivos Estratégicos:**

- Mejorar la relación con los clientes.
- Implementar nuevos canales de venta o atención, como por ejemplo medios digitales (WhatsApp, redes sociales, etc.).
- Contar con un sitio web propio o una tienda online.
- Tener un servicio de entregas a domicilio mucho más eficiente.
- Implementar manuales de procedimientos internos.
- Abrir nuevas sucursales o cambiar de ubicación a una más rentable o ideal para tu nicho de negocio.
- Reducir gastos operativos.
- Posicionar tu negocio en redes sociales.

**5. Producto:**

- ❖ Cemento
- ❖ Fierros
- ❖ Pinturas
- ❖ Herramientas
- ❖ Agregados

**6. Organigrama de la empresa**



CARGO:	<b>GERENTE GENERAL</b>
PERFIL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciado en administración y/o Contabilidad.</li> <li>• Diplomado en Gerencial Empresarial</li> <li>• Diplomado en Gestión humana</li> <li>• Cursos y/o especializaciones en Finanzas, logística y almacén</li> <li>• Experiencia General: Seis (06) años</li> <li>• Experiencia Específica: Tres (03) años en el puesto o afines.</li> <li>• Liderazgo, trabajo en equipo, comunicación efectiva, resolución de conflictos, empatía, toma de decisiones.</li> </ul>
FUNCIONES	<p>El cargo debe programar, organizar, dirigir, controlar y coordinar acciones de diferentes áreas, manteniendo y supervisando protecciones de personas y bienes, establecer el orden interno, programar y dirigir el transporte a requisitos y políticas de las empresas, y motivar y orientar al personal para mejorar el servicio.</p>

CARGO:	<b>COORDINADOR ADMINISTRATIVO</b>
PERFIL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título profesional en Contabilidad o Administración.</li> <li>• Cursos y/o especializaciones en Finanzas, Tributación y Costos.</li> <li>• Diplomado en Gestión de Recursos Humanos.</li> <li>• Curso en Computación e Informática a nivel intermedio</li> <li>• Experiencia General: Cuatro (04) años</li> <li>• Experiencia Específica: Dos (02) años en el puesto o afines.</li> <li>• Conocimiento del sector ferretero.</li> <li>• Trabajo en equipo, adaptación al cambio, empatía, responsabilidad.</li> </ul>
FUNCIONES	<p>La función implica la gestión de los recursos humanos, materiales y financieros de la empresa, la propuesta técnica de mejoras administrativas para un mejor funcionamiento del negocio, el control del fondo de operaciones, la coordinación con las diversas áreas de la empresa. Dirigir y supervisar las tareas del personal desde el punto de venta, a modo de garantizar el correcto funcionamiento de la operación. Implementar estrategias en la reducción del gasto. Manejo y control de los recursos de la ferretería.</p>

<b>CARGO:</b>	<b>CAJERO(A)</b>
<b>PERFIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico(a) en administración, Contabilidad y/o Computación.</li> <li>• Cursos y/o especializaciones en Redacción Administrativa.</li> <li>• Curso en Computación e Informática a nivel básico.</li> <li>• Conocimiento de emisión de comprobantes de pago y temas de tributación.</li> <li>• Experiencia General: Dos (02) años</li> <li>• Experiencia Específica: Un (01) años en el puesto o afines.</li> <li>• Trabajo en equipo, adaptación al cambio, empatía, responsabilidad.</li> </ul>
<b>FUNCIONES ESPECIFICAS:</b>	<p>La función implica recepcionar, entregar y custodiar dinero en efectivo, cheques, giros y demás documentos de valor, a fin de lograr la recaudación de ingresos a la empresa y la cancelación de pagos que correspondan a través de caja, conforme al rubro de ferretero. Además, implica las siguientes funciones: Recibir e informar a los clientes de una manera amigable, cortés y profesional, Contabilizar la cantidad total de pagos recibidos durante su turno y registrar la totalidad de las ventas, Organizar y mantener limpia su área de trabajo.</p>

<b>CARGO:</b>	<b>VENDEDOR(A)</b>
<b>PERFIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico(a) en administración, Ventas, Marketing o afines.</li> <li>• Cursos y/o especializaciones en Redacción Administrativa.</li> <li>• Curso en Computación e Informática a nivel básico.</li> <li>• Conocimiento de emisión de comprobantes de pago y temas de tributación.</li> <li>• Experiencia General: Tres (03) años</li> <li>• Experiencia Específica: Dos (02) años en el puesto o afines.</li> <li>• Trabajo en equipo, adaptación al cambio, empatía, responsabilidad.</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>	<p>La función implica: Realizar la venta de los productos a todos los clientes asegurándose de brindar una excelente asesoría y un buen servicio al cliente. Asesorar a los clientes respecto a los productos, así como brindarle el soporte necesario hasta la finalización de la compra, Ejecutar el método PEPS (primeras entradas - primeras salidas) al momento de la venta para los productos con fecha de caducidad.</p>

<b>CARGO:</b>	<b>ALMACENERO(A)</b>
<b>PERFIL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Técnico(a) en Administración, Contabilidad y/o Computación.</li> <li>• Cursos y/o especializaciones en Redacción Administrativa.</li> <li>• Curso en Computación e Informática a nivel básico.</li> <li>• Conocimiento de técnicas de almacenaje.</li> <li>• Experiencia General: Dos (02) años</li> <li>• Experiencia Específica: Un (01) años en el puesto o afines.</li> <li>• Trabajo en equipo, adaptación al cambio, empatía, responsabilidad.</li> </ul>
<b>FUNCIONES</b>	<p>La función implica recepcionar y verificar las mercancías que llegan al establecimiento, Mantener libres y limpias las áreas de bodega y pasillos del almacén, Custodiar la mercancía existente en el almacén, Controlar la fecha de caducidad de las mercancías para evitar pérdidas por obsolescencia, Ejecutar maniobras con seguridad para evitar mermas por malos manejos o daños, Organizar y mantener limpia su área de trabajo.</p>

## 7. Diagnostico general

<p><b>ANALISIS EXTERNO</b></p> <p><b>ANALISIS INTERNOS</b></p>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <p>O1. Opciones de expansión  O2. Nuevos canales de comercialización  O3. Márgenes de ganancias elevados  O4. Un mejor acuerdo con los clientes</p>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <p>A1. Escasez del producto para el sector de construcción  A2. Resistencia al cambio del cliente externo a productos innovadores  A3. Competencia ubicada en zona estratégica.  A4. Variación de precios de los productos.</p>
<p><b>FORTALEZA</b></p> <p>F1. Ubicación del negocio en una zona accesible  F2. Una amplia gama de productos  F3. Infraestructura y maquinarias propias.  F4. Capacidad de entrega directa</p>	<p><b>Estrategias (FO)</b></p> <p>F1-O1: Consolidar convenios y alianzas estratégicas que permitan lograr un posicionamiento de la ferretería, F3, F4, O2, O4  F2-O3: Suministrar productos de calidad</p>	<p><b>Estrategias (FA)</b></p> <p>F2-A4: Adquirir gran variedad de productos para satisfacer las necesidades de los clientes, e implementar un sistema de entrega de productos, A1, A2, F4.  F3-A3: Gestionar nuevos establecimientos de ventas accesibles para los clientes, F1.</p>
<p><b>DEBILIDAD</b></p> <p>D1. Poca experiencia en mercadeo directo  D2. No se cuentan con manuales de procedimientos  D3. Personal de atención al cliente no capacitado  D4. No posee estrategias publicitarias</p>	<p><b>Estrategias (DO)</b></p> <p>O4-D3: Implementar un sistema de capacitaciones al personal  O2-D2: Implementar manuales de procedimientos y organizar los recursos de la ferretería, O1, O3, D1, D4.</p>	<p><b>Estrategias (DA)</b></p> <p>D1-A1: Implementar un sistema de Marketing Digital para promocionar y vender los productos. D2, D4, A3, A4.  D3-A2: Establecer un plan de inducción para los nuevos trabajadores,</p>

## 8. Indicadores de gestión

<b>Indicador</b>	<b>Problema</b>	<b>Causa</b>	<b>Consecuencia</b>
Posicionamiento en el mercado	El 40% de los trabajadores mencionan que rara vez se gestionan relaciones con los clientes a través de las redes sociales	El personal señala que la ferretería no gestiona relaciones con los clientes a través de las plataformas digitales, lo que afecta su posicionamiento en el mercado.	El no gestionar relaciones con los clientes a través de las plataformas digitales perjudica a la ferretería ya que su marca no será muy reconocida en el mercado.
Eficiencia y productividad	El 60% de los trabajadores afirman que a veces se logra satisfacer las necesidades de demanda de los clientes	El personal señala que la ferretería no está satisfaciendo en su totalidad las necesidades de los clientes, no se aplica una retroalimentación a los procesos.	No cumplir con los requerimientos y exigencias de los clientes, genera una mala reputación y poca aceptación de los clientes.
Satisfacción del Cliente	El 60% de los clientes afirman que rara vez se mantiene una buena comunicación con los clientes.	Los clientes afirman que no existe una buena comunicación con ellos en la atención que reciben, por lo que siente que se les debe tomar más en cuenta.	Insatisfacción del cliente
Rapidez en la atención	El 60% de los clientes mencionan que a veces son responsables con sus clientes en la entrega de los bienes.	Los clientes mencionan que la empresa carece de un sistema de atención oportuna, ya que en ocasiones no cumplen con los plazos de entrega de los productos.	Pérdida de la credibilidad y disminución en las ventas

## 9. Problemas

<b>Problema</b>	<b>Causa</b>	<b>Consecuencia</b>
El 40% de los trabajadores mencionan que rara vez se gestionan relaciones con los clientes a través de las redes sociales	El personal señala que la ferretería no gestiona relaciones con los clientes a través de las plataformas digitales, lo que afecta su posicionamiento en el mercado.	El no gestionar relaciones con los clientes a través de las plataformas digitales perjudica a la ferretería ya que su marca no será muy reconocida en el mercado.
El 60% de los trabajadores afirman que a veces se logra satisfacer las necesidades de demanda de los clientes	El personal señala que la ferretería no está satisfaciendo en su totalidad las necesidades de los clientes, no se aplica una retroalimentación a los procesos.	No cumplir con los requerimientos y exigencias de los clientes, genera una mala reputación y poca aceptación de los clientes.
El 60% de los clientes afirman que rara vez se mantiene una buena comunicación con los clientes.	Los clientes afirman que no existe una buena comunicación con ellos en la atención que reciben, por lo que siente que se les debe tomar más en cuenta.	Insatisfacción del cliente
El 60% de los clientes mencionan que a veces son responsables con sus clientes en la entrega de los bienes.	Los clientes mencionan que la empresa carece de un sistema de atención oportuna, ya que en ocasiones no cumplen con los plazos de entrega de los productos.	Pérdida de la credibilidad y disminución en las ventas

## 10. Establecer soluciones

Indicador	Problema	Acciones de mejora
Posicionamiento en el Mercado	El 40% de los trabajadores mencionan que rara vez se gestionan relaciones con los clientes a través de las redes sociales.	Utilizar herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación con los clientes.
Eficiencia y Productividad	El 60% de los trabajadores afirman que a veces se logra satisfacer las necesidades de demanda de los clientes.	Implementar indicadores de rendimiento y aplicar medidas correctivas.
Satisfacción del Cliente	El 60% de los clientes afirman que rara vez se mantiene una buena comunicación con los clientes.	Realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades de los clientes.
Rapidez en la Atención	El 60% de los clientes mencionan que a veces son responsables con sus clientes en la entrega de los bienes.	Desarrollar manuales de procedimientos y aplicar una retroalimentación.

### 11. Recursos para la implementación de las estrategias

Estrategias	Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
- Utilizar herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación con los clientes. ➤ Implementar un sistema de Marketing Digital para promocionar y vender los productos.	Administrador y colaborador	S/ 1000.00	Computadoras, página web internet, proyectores.	15 días
- Implementar indicadores de rendimiento y aplicar medidas correctivas ➤ Implementar manuales de procedimientos y organizar los recursos de la ferretería,	Administrador y colaborador	S/ 500.00	Computadoras, hola de cálculo Excel, proyectores.	15 días
- Realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades de los clientes. ➤ Desarrollar un trabajo de campo realizando encuestas utilizando herramientas tecnológicas como: Redes sociales, correos electrónicos, página web y otros.	Administrador y colaborador	S/ 500.00	Computadoras, Internet, Celular.	30 días
- Desarrollar manuales de procedimientos y aplicar una retroalimentación. ➤ Elaborar manuales de procedimientos flexibles y ágiles que permitan dinamizar la atención a los clientes.	Administrador y colaborador	S/ 500.00	Computadoras, Internet, Celular.	30 días
<b>TOTAL</b>		<b>S/ 2,500.00</b>		

## 1. Cronograma de actividades

N°	Estrategias	Fecha	Termino	Año 2024													
				Julio				Agosto				Setiembre					
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	- Utilizar herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación con los clientes: Implementar un sistema de Marketing Digital para promocionar y vender los productos.	01/07/2024	15/07/2024	X	X												
2	- Implementar indicadores de rendimiento y aplicar medidas correctivas: Implementar manuales de procedimientos y organizar los recursos de la ferretería,	16/07/2024	31/07/2024			X	X										
3	- Realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades de los clientes: Desarrollar un trabajo de campo realizando encuestas utilizando herramientas tecnológicas.	01/08/2024	31/08/2024					X	X	X	X						
4	- Desarrollar manuales de procedimientos y aplicar una retroalimentación: Elaborar manuales de procedimientos flexibles y ágiles que permitan dinamizar la atención a los clientes.	01/09/2024	30/09/2024										X	X	X	X	

## **VI. Conclusiones**

La mayor cantidad de los empleados indicaron que en la empresa no se implementan planes de acción que mejoren el servicio al cliente. Asimismo, los clientes afirman que no existe una buena comunicación con ellos en la atención que reciben, por lo que consideran que se les debe tomar más en cuenta.

La mayor cantidad de los empleados indicaron que las relaciones con los clientes casi nunca se gestionan a través de las redes sociales. Los clientes mencionan que la empresa no se preocupa por ellos y pocas veces les piden sugerencias respecto al servicio y atención. Esto es determinante para lograr el crecimiento y desarrollo de la empresa.

Los trabajadores también indicaron que la empresa no adopta las acciones necesarias para mejorar la eficiencia y productividad debe ser prioridad de la empresa, los trabajadores también indicaron que no se aplican manuales de procedimientos para los diferentes procesos de la empresa, esto con la finalidad de buscar la optimización de la productividad aplicando una gestión de calidad.

La mayoría de los trabajadores considera que la empresa no cuenta con manuales de procedimientos para la gestión de la calidad, es decir no se cuenta con un sistema de gestión de la calidad. Los clientes señalan que la empresa no que solucionan todas sus exigencias, ya que el personal no conoce algunos temas relacionados al producto.

De los resultados obtenidos en la investigación, se confeccionó una propuesta de mejora con la finalidad de mejorar la productividad de la empresa a través de estrategias de gestión de la calidad; dicha propuesta se elaboró debido a que la empresa en estudio evidenció los siguientes problemas: La empresa no implementa planes de acción que mejoren el servicio al cliente, se gestionan relaciones con los clientes a través de las redes sociales, no se logra satisfacer las necesidades de demanda de los clientes; además no se cuenta con manuales de procedimientos para la gestión de la calidad y no realiza retroalimentación a sus procesos.

## **VII. Recomendaciones**

Diseñar planes de acción orientados a elevar los niveles de eficiencia del servicio que se le ofrece al cliente, aplicando las correcciones necesarias y brindando asesoramiento continuo a los clientes respecto a los productos ofertados por la ferretería para lograr identificar cuáles son las nuevas tendencias en materia de gustos y preferencias de los clientes.

Mejorar el sistema de comunicación con el cliente utilizando las redes sociales para lograr un contacto directo y personalizado con el cliente, con la finalidad de brindar un excelente servicio, comprender completamente a sus clientes, tener los recursos necesarios, capacitar a los empleados y realizar un seguimiento completo de las preferencias de los clientes.

Analizar procesos y buscar oportunidades para hacerlos más eficientes, identificar áreas de mejora, establecer objetivos claros y específicos, establecer responsabilidades claras, establecer plazos realistas y monitoree y evalúe continuamente los resultados. Optimizar gastos, revisar procesos, encontrar alternativas y aumentar la productividad.

Diseñar manuales y directivas de procedimientos para buscar consolidar un adecuado sistema de gestión de la calidad que abarca desde el proceso productivo, actividades de soporte administrativo, logrando así elevar los estándares del servicio integral que ofrece la ferretería y que se ve reflejado en el servicio que se le brinda al cliente.

Implementar el plan de mejora que fue presentado en la presente investigación con el objetivo de mejorar el plan de acción, la gestión de las relaciones con los clientes, la eficiencia y productividad, la mejora de los recursos disponibles, con la finalidad de buscar la mejora en la atención a los clientes.

## Referencias Bibliográficas.

- Arana, B. (2022). *Gestión de calidad del servicio y satisfacción laboral de profesionales de la salud Hospital Teodoro Maldonado Carbo, Guayaquil – Ecuador 2021*. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV\\_dda2f95ca2ddec98384b779314526b0c](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_dda2f95ca2ddec98384b779314526b0c)
- Barrera, O. (2020). *El servicio y la Experiencia del Cliente en Tiempos de Pandemia* <https://repository.ucatolica.edu.co/items/2a0bdb16-8750-409a-9697-88ee7c5d73ea>
- Baumann, H. (2021). *Cliente interno y externo: ¿cómo ofrecer a tus empleados la misma satisfacción que a tus clientes? Obtenido de crehana:* <https://www.crehana.com/blog/negocios/cliente-interno-externo/>
- Caro, L. (2019). *7 técnicas e instrumentos para la recolección de datos*. <http://148.202.167.116:8080/xmlui/handle/123456789/2801>
- Castillo, D. (2021). *Motivación laboral*. BARCELONA: ZETY.ES. <https://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/6642>
- Cisneros, K (2020). *Calidad de servicio y atención al cliente en la ferretería Eureka SRL. en el distrito Sullana 2020*. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/25497>
- Correa, D. (2023). *Gestión de la calidad en servicios y la satisfacción del usuario en el GAD de Portoviejo-Ecuador*. <https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/360>
- Delgado, J. (2023). *¿Qué son las expectativas? Su significado psicológico*. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/9095315.pdf>
- Domínguez, D. (2020). *Características de la gestión de calidad y el Endomarketing de MYPE rubro Ferreterías en el cercado de Piura, año 2019*. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD\\_fc0f586c08f7634cf944386678befbd9](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_fc0f586c08f7634cf944386678befbd9)
- Flores, E. (2019) “*Caracterización del servicio al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería, caso: ferretería tesorito, San Vicente, Cañete. 2019*” <https://renati.sunedu.gob.pe/handle/sunedu/3546612>
- Gonzales M. (2020). *La calidad del servicio y su relación con la satisfacción de los consumidores de restaurantes de pollos a la brasa de Mariano Melgar, Arequipa 2018*.

[https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales\\_Elena%20Huanca\\_Tesis\\_Titulo%20Profesional\\_Titulo%20Profesional\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/3031/Lucero%20Gonzales_Elena%20Huanca_Tesis_Titulo%20Profesional_Titulo%20Profesional_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Haro, R (2019). *Evaluación de calidad del servicio de atención al cliente - Tumbes*.  
<https://rinconpsicologia.com/expectativassignificado-ejemplos/>

Hernández, S, & Mendoza, T. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (M. McGrawHill (ed.))*.

[https://r.search.yahoo.com/\\_ylt=AwrJ\\_Hy7AmlmHE4O0097egx.;\\_ylu=Y29sbwNiZjEEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1718186812/RO=10/RU=https%3a%2f%2fvirtual.cuautitlan.unam.mx%2frudics%2f%3fp%3d2612/RK=2/RS=jnjAoaI.H3fQ7W0eYtc0CtrHT3A-](https://r.search.yahoo.com/_ylt=AwrJ_Hy7AmlmHE4O0097egx.;_ylu=Y29sbwNiZjEEcG9zAzEEdnRpZAMEc2VjA3Ny/RV=2/RE=1718186812/RO=10/RU=https%3a%2f%2fvirtual.cuautitlan.unam.mx%2frudics%2f%3fp%3d2612/RK=2/RS=jnjAoaI.H3fQ7W0eYtc0CtrHT3A-)

Huancas, R. (2021). *Propuesta de mejora de gestión de calidad y atención al cliente en las microy pequeñas empresas del rubro ferreterías, urbanización Palao, distrito de San Martín de Porres, Lima, 2021*.

<https://hdl.handle.net/20.500.13032/25890>

Ipanaque, S. (2021). *Características de la gestión de calidad y atención al cliente en la ferretería y negocios generales arcadio S.A.C del distrito de Sullana, año 2018*.  
[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD\\_be97895aeed62fec619c3b1b00717e59](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_be97895aeed62fec619c3b1b00717e59)

López, P. (2019). *El tipo de estudio es muestra censal o poblacional*

[http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1815-02762004000100012](http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012)

Marapi, H. (2022). *Calidad de servicio para la mejora de la satisfacción de los clientes en la imprenta SAEGMI del distrito Ayacucho, 2022. Repositorio Institucional. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote. Obtenido de*

[https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/33352/CALIDAD\\_DEL\\_SERVICIO\\_SATISFACCION\\_MARAPI\\_HUACCACHE\\_CRISTHIAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/33352/CALIDAD_DEL_SERVICIO_SATISFACCION_MARAPI_HUACCACHE_CRISTHIAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Martins, J. (2023). *Tu guía para comenzar con la gestión de recursos*. Obtenido de asana:

<https://asana.com/es/resources/resource-management-plan>

Mezones, A. (2020). *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro Ferretería de Frías 2020*.

[https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD\\_42bf62358dd79de5cfd612](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_42bf62358dd79de5cfd612)

4668c7 8279

- Palacios, D. (2022). *Planificación organizacional: definición, etapas y tipos*. Obtenido de hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/planificacion-organizacional>.
- Silva, S. (2020). *Gestión de calidad y marketing en las MYPE rubro ferreterías en el distrito de Morropón– Piura, Año 2020*. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD\\_86ba29af2eb6fe8034e4593a2432891b](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_86ba29af2eb6fe8034e4593a2432891b).
- Sipión (2023) en su estudio: *Calidad del servicio y su influencia en la satisfacción del usuario del gobierno regional de Tumbes – 2023*
- Suñiga, B. (2020). *Gestión de control de materiales en la Ferretería Automotriz “El Maestro” del cantón Baba*. <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/7613>
- Velásquez, F. (2020). *La gestión de calidad y el uso del marketing en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro ferreterías del distrito de Sullana, año 2018*. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD\\_5e9a196e795fecfd7f9982091618b163](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/ULAD_5e9a196e795fecfd7f9982091618b163)
- Velasco, M. (2020). *Gestión de calidad en el área de quirófano en el Hospital Básico Naranjito, Guayas, Ecuador, y propuesta de un plan gerencial de gestión de calidad total, 2020*. [https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV\\_3780ce54471fbc0300efda4b36034244](https://alicia.concytec.gob.pe/vufind/Record/UCVV_3780ce54471fbc0300efda4b36034244)
- Vélez, E. (2020) La gestión de la calidad y el servicio al cliente como factor de competitividad en las empresas de servicios – Ecuador  
file:///C:/Users/CINTHIA/Downloads/Dialnet-LaGestionDeLaCalidadYElServicioAlClienteComoFactor-7539687%20(1).pdf
- Zelada, E. (2022). *Gestión logística y atención al cliente en una empresa industrial del rubro alimentos, Lima 2021*. *Economía & Negocios*, 4(2), 57-79. <https://doi.org/10.33326/27086062.2022.2.1338>

**Anexos**

**Anexo 01: Matriz de consistencia**

**Título: “PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE LA CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LA FERRETERIA NEGOCIOS ZARUMILLA E.I.R.L, ZARUMILLA, 2024”**

FORMULACION EL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODOLOGIA
<p><b>Problema General:</b></p> <p>¿Cuál es la propuesta de mejora de la gestión de la calidad y atención al cliente de la Ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024?</p>	<p><b>Objetivo General:</b></p> <p>Establecer una propuesta de mejora para la gestión de calidad y atención al cliente en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L. Zarumilla, 2024</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Conocer las características de los elementos de gestión de la calidad en la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.</li> <li>➤ Describir las características de los principios de gestión de calidad para la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.</li> <li>➤ Identificar las características de los canales de comunicación de atención al cliente de la ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.</li> <li>➤ Definir las características de los componentes de atención al cliente para ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.</li> <li>➤ Elaborar una propuesta de un plan de mejora de la gestión de la calidad y atención al cliente en la ferretería negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024.</li> </ul>	<p>En el estudio, no se planteó una hipótesis por ser de nivel descriptivo.</p> <p>Concordando Lerma (2022), quien afirma en que en un trabajo descriptivo no se considera hipótesis, debido a que una investigación descriptiva es aquella que busca el qué del objeto de estudio, más que el por qué. Como su nombre lo indica, busca describir y explicar lo que se investiga, pero no dar las razones por las cuales eso tiene lugar.</p>	<p><b>Variable 1:</b> Gestión de la calidad</p> <p><b>Dimensiones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Liderazgo</li> <li>• Planificación y gestión de procesos</li> </ul> <p><b>Variable 2:</b> Atención al cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empatía y Amabilidad</li> <li>• Motivación de servicio</li> </ul>	<p><b>Tipo:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Nivel:</b> Descriptivo</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental, transversal</p> <p><b>Población y muestra:</b></p> <p><b>Población 1:</b> (5) trabajadores</p> <p><b>Población 2:</b> (10) clientes</p>

## Anexo 02. Instrumento de recolección de información



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

**VARIABLE:** Gestión de la Calidad

### Escala

Siempre  
Casi siempre  
A veces  
Rara vez  
Nunca

<b>DIMENSION 1:</b>	<b>Liderazgo</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	1 ¿Se desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención?					
	2 ¿Se gestiona las relaciones con los clientes a través de las redes sociales?					
	3 ¿Los trabajadores están capacitados para brindar un buen servicio de calidad?					
<b>DIMENSION 2:</b>	<b>Planificación y gestión de procesos</b>					
	4 ¿Se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes?					
	5 ¿Se hacen retroalimentaciones a los procesos de atención al cliente?					
	6 ¿La empresa cuenta con manuales de procedimientos para la gestión de la calidad?					

**VARIBALE:** Atención al cliente

**Escala**

Siempre  
Casi siempre  
A veces  
Rara vez  
Nunca

<b>DIMENSION 1:</b>	<b>Empatía y amabilidad</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1</b>	¿Son responsables con sus clientes en la entrega de los bienes?					
<b>2</b>	¿Se mantiene una buena comunicación con el proveedor y los clientes?					
<b>3</b>	¿Se les brinda asesoramiento personalizado a los clientes respecto a los productos?					
<b>DIMENSION 2:</b>	<b>Motivación del servicio</b>					
<b>4</b>	¿Se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes?					
<b>5</b>	¿Se practica la empatía con los clientes?					
<b>6</b>	¿El personal de la empresa realiza un trabajo eficiente y oportuno?					

### Anexo 03: ficha técnica de los instrumentos

#### Validez del instrumento

##### Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Miguel Ángel Limo Vásquez

N° DNI / CE: 18215927

Edad:45

Teléfono / celular: 949853330

Email:

Título profesional: Licenciado en Administración

Grado académico: Maestría\_\_\_\_\_

Doctorado: X

Especialidad: Administración

Institución que labora: Uladech

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: "PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE LA CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LA FERRETERIA NEGOCIOS ZARUMILLA E.I.R.L, 2024.

Autor(es): RAMIREZ VELASQUEZ CINTHIA CLARIBEL

Programa académico: ADMINISTRACION

  
Dr Miguel A. Limo Vásquez  
DNI: 18215927  
CLAD 04926



## Carta de Presentación al Experto

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: DR. JOSÉ VÍCTOR PELÁEZ VALDIVIESO

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: RAMIREZ VELASQUEZ CINTHIA CLARIBEL, estudiante / egresado del programa académico de ADMINISTRACION 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: “PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE LA CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LA FERRETERIA NEGOCIOS ZARUMILLA E.I.R.L, Zarumilla, 2024” 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: 73430524

## Validez del instrumento

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: “PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE LA CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LA FERRETERIA NEGOCIOS ZARUMILLA E.I.R.L, ZARUMILLA 2024”								
	Variable 1: Gestión de la calidad	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	<b>Dimensión 1: Liderazgo (Servicio al cliente, Planificación y gestión de procesos)</b>							
1	¿Se desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención?	X		X		X		
2	¿Se gestiona las relaciones con los clientes a través de las redes sociales?	X		X		X		
3	¿Los trabajadores están capacitados para brindar un buen servicio de calidad?	X		X		X		
	<b>Dimensión 2: Planificación y gestión de procesos (Eficiencia y productividad, Mejora de los recursos disponibles)</b>							
4	¿Se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes?	X		X		X		
5	¿Se hacen retroalimentaciones a los procesos de atención al cliente?	X		X		X		
6	¿La empresa cuenta con manuales de procedimientos para la gestión de la calidad?	X		X		X		
	<b>Variable 2: Atención al cliente</b>							
	<b>Dimensión 1: Empatía y amabilidad</b>							

	<b>(Satisfacción del cliente, Expectativas del cliente)</b>							
1	¿Son responsables con sus clientes en la entrega de los bienes?	X		X		X		
2	¿Se mantiene una buena comunicación con el proveedor y los clientes?	X		X		X		
3	¿Se les brinda asesoramiento personalizado a los clientes respecto a los productos?	X		X		X		
	<b>Dimensión 2: Motivación del servicio (Rapidez en la atención, Eficacia en la resolución de problemas)</b>							
4	¿Se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes?	X		X		X		
5	¿Se practica la empatía con los clientes?	X		X		X		
6	¿El personal de la empresa realiza un trabajo eficiente y oportuno?	X		X		X		

\*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

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

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Miguel Angel Limo Vásquez    DNI: 18215927

  
 Dr Miguel A. Limo Vásquez  
 DNI: 18215927  
 CLAD 04926



**validez del instrumento**

**Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación**

Nombres y Apellidos: Giancarlo Castro Carrillo

N° DNI / CE: 42467554                      Edad: 39

Teléfono / celular: 967680225              Email:

---

Título profesional: Licenciado en Administración  
Grado académico: Maestría                      Doctorado:  
Especialidad: Administración  
Institución que labora: Universidad Nacional de Tumbes

---

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: "PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE LA CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LA FERRETERIA NEGOCIOS ZARUMILLA E.I.R.L, 2024.

Autor(es): RAMIREZ VELASQUEZ CINTHIA CLARIBEL

Programa académico: ADMINISTRACION

---



Firma



Huella digital

## Carta de Presentación al Experto

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: DR. JOSÉ VÍCTOR PELÁEZ VALDIVIESO

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: RAMIREZ VELASQUEZ CINTHIA CLARIBEL, estudiante / egresado del programa académico de ADMINISTRACION 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: “PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE LA CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LA FERRETERIA NEGOCIOS ZARUMILLA E.I.R.L, Zarumilla, 2024” 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: 73430524

**Validez del instrumento**

<b>FICHA DE VALIDACIÓN*</b>								
<b>TÍTULO: “PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE LA CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LA FERRETERIA NEGOCIOS ZARUMILLA E.I.R.L, ZARUMILLA 2024”</b>								
	<b>Variable 1: Gestión de la calidad</b>	<b>Relevancia</b>		<b>Pertinencia</b>		<b>Claridad</b>		<b>Observaciones</b>
	<b>Dimensión 1: Liderazgo</b>	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Se desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención?	X		X		X		
2	¿Se gestiona las relaciones con los clientes a través de las redes sociales?	X		X		X		
3	¿Los trabajadores están capacitados para brindar un buen servicio de calidad?	X		X		X		
	<b>Dimensión 2: Planificación y gestión de procesos</b>							
4	¿Se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes?	X		X		X		
5	¿Se hacen retroalimentaciones a los procesos de atención al cliente?	X		X		X		
6	¿La empresa cuenta con manuales de procedimientos para la gestión de la calidad?	X		X		X		
	<b>Variable 2: Atención al cliente</b>							
	<b>Dimensión 1: Empatía y amabilidad</b>							
1	¿Son responsables con sus clientes en la entrega de los bienes?	X		X		X		
2	¿Se mantiene una buena comunicación	X		X		X		

	con el proveedor y los clientes?							
3	¿Se les brinda asesoramiento personalizado a los clientes respecto a los productos?	X		X		X		
	<b>Dimensión 2: Motivación del servicio</b>							
4	¿Se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes?	X		X		X		
5	¿Se practica la empatía con los clientes?	X		X		X		
6	¿El personal de la empresa realiza un trabajo eficiente y oportuno?	X		X		X		

\*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

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

Nombres y Apellidos de experto: Giancarlo Castro Carrillo                      DNI: 42467554

  
 \_\_\_\_\_  
 Firma



### Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Robert Rubio Castillo

N° DNI / CE: 33888279

Edad: 52

Teléfono / celular: 985964848

Email: Robert.rubio.castillo@hotmail.com

---

Título profesional: Licenciado en Administración

Grado académico: Maestría X

Doctorado:

Especialidad: Administración

Institución que labora: Essalud

---

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título: "PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE LA CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LA FERRETERIA NEGOCIOS ZARUMILLA E.I.R.L, 2024

Autor(es): RAMIREZ VELASQUEZ CINTHIA CLARIBEL

Programa académico: ADMINISTRACION

---



MG. ROBERT RUBIO CASTILLO  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
CLAD N° 01358

Firma



Huella digital

## Carta de Presentación al Experto

### CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: DR. JOSÉ VÍCTOR PELÁEZ VALDIVIESO

Presente. -

Tema: PROCESO DE VALIDACIÓN A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTOS

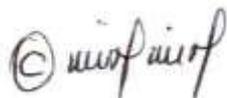
Ante todo, saludarlo cordialmente y agradecerle la comunicación con su persona para hacer de su conocimiento que yo: RAMIREZ VELASQUEZ CINTHIA CLARIBEL, estudiante / egresado del programa académico de ADMINISTRACION de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación 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: “PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE LA CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LA FERRETERIA NEGOCIOS ZARUMILLA E.I.R.L, Zarumilla, 2024” 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: 73430524

## Validez del instrumento

<b>FICHA DE VALIDACIÓN*</b>								
<b>TÍTULO: “PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE LA CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LA FERRETERIA NEGOCIOS ZARUMILLA E.I.R.L, ZARUMILLA 2024”</b>								
	<b>Variable 1: Gestión de la calidad</b>	<b>Relevancia</b>		<b>Pertinencia</b>		<b>Claridad</b>		<b>Observaciones</b>
	<b>Dimensión 1: Liderazgo</b>	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Se desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención?	X		X		X		
2	¿Se gestiona las relaciones con los clientes a través de las redes sociales?	X		X		X		
3	¿Los trabajadores están capacitados para brindar un buen servicio de calidad?	X		X		X		
	<b>Dimensión 2: Planificación y gestión de procesos</b>							
4	¿Se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes?	X		X		X		
5	¿Se hacen retroalimentaciones a los procesos de atención al cliente?	X		X		X		
6	¿La empresa cuenta con manuales de procedimientos para la gestión de la calidad?	X		X		X		
	<b>Variable 2: Atención al cliente</b>							
	<b>Dimensión 1: Empatía y amabilidad</b>							
1	¿Son responsables con sus clientes en la entrega de los bienes?	X		X		X		
2	¿Se mantiene una buena comunicación	X		X		X		

	con el proveedor y los clientes?							
3	¿Se les brinda asesoramiento personalizado a los clientes respecto a los productos?	X		X		X		
	<b>Dimensión 2: Motivación del servicio</b>							
4	¿Se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes?	X		X		X		
5	¿Se practica la empatía con los clientes?	X		X		X		
6	¿El personal de la empresa realiza un trabajo eficiente y oportuno?	X		X		X		

\*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

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

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Robert Rubio Castillo DNI: 33888279

  
 MG. ROBERT RUBIO CASTILLO  
 LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN  
 CLAD N° 01358



## Confiabilidad del instrumento

### variable 1: Gestión de la Calidad

#### CUESTIONARIO: VARIABLE GESTIÓN DE LA CALIDAD

ENCUESTADOS	ITEMS						SUMA
	1	2	3	4	5	6	
E1	5	4	3	4	3	1	20
E2	4	5	4	5	5	5	28
E3	3	2	2	3	2	1	13
E4	3	3	3	2	2	1	14
E5	4	4	3	2	2	2	17
VARIANZA	0.56	1.04	0.4	1.36	1.36	2.4	
SUMATORIA DE VARIANZAS	7.120						
VARIANZA DE LA SUMATORIA DE LOS ITEMS	29.040						

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_r^2} \right]$$

$\alpha$ : Coeficiente de Confiabilidad el Cuestionario	→	0.81
$k$ : Número de Items del Instrumento	→	16
$\sum S_i^2$ : Sumatoria de las varianzas de los Items	→	7.120
$S_r^2$ : Varianza total del instrumento	→	29.040

**Conclusión:** Esta herramienta fue comprobadas mediante el Alfa de Cronbach, siendo el resultado 0.81 mostrando una excelente confiabilidad.

### variable 2: Atención al Cliente

#### CUESTIONARIO: VARIABLE ATENCIÓN AL CLIENTE

ENCUESTADOS	ITEMS						SUMA
	1	2	3	4	5	6	
E1	4	5	3	4	5	4	25
E2	4	5	4	5	4	5	27
E3	2	2	1	3	2	3	13
E4	1	3	2	1	3	2	12
E5	4	5	3	2	2	4	20
VARIANZA	1.6	1.6	1.04	2	1.36	1.04	
SUMATORIA DE VARIANZAS	8.640						
VARIANZA DE LA SUMATORIA DE LOS ITEMS	37.040						

97

RANGO	CONFIABILIDAD
0.53 a menos	Confiabilidad nula
0.54 a 0.59	Confiabilidad baja
0.60 a 0.65	Confiable
0.66 a 0.71	Muy confiable
0.72 a 0.99	Excelente confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_r^2} \right]$$

$\alpha$ : Coeficiente de Confiabilidad el Cuestionario	→	0.82
$k$ : Número de Items del Instrumento	→	16
$\sum S_i^2$ : Sumatoria de las varianzas de los Items	→	8.640
$S_r^2$ : Varianza total del instrumento	→	37.040

**Conclusión:** Esta herramienta fue comprobada mediante el Alfa de Cronbach, siendo el resultado 0.82. mostrando una excelente confiabilidad.

## **Anexo 04: 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.

Y es dirigido por RAMIREZ VELASQUEZ CINTHIA CLARIBEL, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Establecer una “Propuesta de Mejora de la Gestión de la Calidad y Atención al cliente en la Ferretería Negocios Zarumilla E.I.R.L, Zarumilla, 2024”

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 7 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de los medios de comunicación de la Universidad. Si desea, también podrá escribir al correo claribelramirez2019@gmail.com, para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre y Apellido:

Fecha:

Correo electrónico:

Firma del participante:

Firma del investigador (o encargado de recoger información):

**Documento de aprobación de institución para la recolección de información**



Zarumilla, 27 de mayo del 2024

**CARTA N° 0000000835- 2024-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA**

**Señor/a:**

**Presente.-**

A través del presente reciba el cordial saludo a nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, asimismo solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTION DE LA CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LA FERRETERIA NEGOCIOS ZARUMILLA E.I.R.L, ZARUMILLA, 2024., que involucra la recolección de información/datos en 20 CLIENTES DE LA EMPRESA, a cargo de CINTHIA CLARIBEL RAMIREZ VELASQUEZ, perteneciente a la Escuela Profesional de la Carrera Profesional de ADMINISTRACIÓN, con DNI N° 73430524, durante el período de 10-04-2024 al 20-04-2024.

La investigación se llevará a cabo siguiendo altos estándares éticos y de confidencialidad y todos los datos recopilados serán utilizados únicamente para los fines de la investigación.

Es propicia la oportunidad para reiterarle las muestras de mi especial consideración.

Atentamente.



Dr. Willy Valle Salvatierra  
Coordinador de Gestión de Investigación

## Evidencia de ejecución

### DECLARACIÓN JURADA

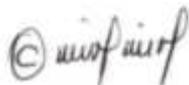
Yo, identificado con DNI N°73430524, con domicilio real, calle Bolognesi Mzd11 Lt6, Departamento Tumbes, Provincia Zarumilla.

### DECLARO BAJO JURAMENTO

En mi condición de bachiller de Administración con código universitario: 2111191004 de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias e Ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2024-1:

1. Que con los datos consignados en la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE LA GESTIÓN DE LA CALIDAD Y ATENCION AL CLIENTE EN LA FERRETERIA NEGOCIOS ZARUMILLA E.I.R.L, ZARUMILLA 2024.

Zarumilla, 15 de Mayo del 2024



Firma del estudiante/bachiller



Huella Digital

DNI N° 73430524