



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE
CHIMBOTE**

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

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO
PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA
MICROEMPRESA FERRETERÍA GOYAJ PERÚ E.I.R.L,
DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023**

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

AUTORA

CALLAÑAUPA BARRIENTOS, GUILLERMINA

ORCID: 0000-0003-2612-053X

ASESOR

CENTURIÓN MEDINA REINERIO ZACARÍAS

ORCID: 0000-0002-6399-5928

Ayacucho-Perú

2023



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0092-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **19:30** horas del día **15** de **Enero** 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:

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

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA FERRETERÍA GOYAJ PERÚ E.I.R.L, DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023**

Presentada Por :
(3111152005) **CALLAÑAUPA BARRIENTOS GUILLERMINA**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **13**, quedando expedito/a el/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciada en Administración**.

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

LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
Presidente

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Miembro

ZENOZAIN CORDERO CARMEN ROSA
Miembro

Dr. CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
Asesor



CONSTANCIA DE EVALUACIÓN DE ORIGINALIDAD

La responsable de la Unidad de Integridad Científica, ha monitorizado la evaluación de la originalidad de la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA FERRETERÍA GOYAJ PERÚ E.I.R.L, DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023 Del (de la) estudiante CALLAÑAUPA BARRIENTOS GUILLERMINA , asesorado por CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS se ha revisado y constató que la investigación tiene un índice de similitud de 0% según el reporte de originalidad del programa Turnitin.

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

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

Chimbote, 06 de Mayo del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

DEDICATORIA

A mis familiares por incentivarme a seguir adelante para no decaer ante los obstáculos que se presentan en la vida diaria, siguiendo a los consejos de mis padres para ser buena persona.

A mis padres por motivarme a seguir adelante con mis proyectos y recordándome que el trabajo es lo primordial y que siempre contare con su apoyo.

AGARDECIMIENTO

Agradezco a dios todo poderoso por fortalecerme día a día para seguir adelante sin decaer ante los obstáculos que se están presentando.

La educación que me están brindando mis padres durante mi niñez y adolescencia siendo una persona con principios y valores éticos para seguir adelante.

A mi asesor, por la enseñanza dada y dedicación para nuestra formación profesional con sus sabios consejos para poder lograr excelentes resultados.

INDICE GENERAL

CARÁTULA	I
ACTA DE SUSTENTACIÓN.....	II
CONSTANCIA DE EVALUACION DE ORIGINALIDAD	III
DEDICATORIA.....	IV
AGARDECIMIENTO	V
INDICE GENERAL.....	VI
LISTA DE TABLAS	VII
LISTA DE FIGURAS	VIII
RESUMEN	IX
ABSTRACT	X
I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
II. MARCO TEÓRICO	4
2.1 Antecedentes.....	4
2.2. Bases teóricas de la investigación.....	10
2.3. Hipótesis	21
III. METODOLOGÍA.....	22
3.1. Nivel, Tipo y Diseño de la investigación.....	22
3.2. Población y muestra.....	23
3.3. Variables, Definición y Operacionalización	24
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información	25
3.5. Método de análisis de datos	25
3.6. Aspectos éticos	26
IV. RESULTADOS	28
V. CONCLUSIONES.....	50
VI. RECOMENDACIONES	51
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	52
ANEXOS	58
Anexo 01: Matriz de consistencia.....	58
Anexo 02: Instrumento de recolección de información.....	59
Anexo 03: Validez del instrumento	60
Anexo 04: Confiabilidad del instrumento.....	69
Anexo 05: Formato de consentimiento informado	71
Anexo 06: Documento de aprobación	75
Anexo 07: Evidencias de ejecución	76

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Características de la calidad de servicio en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L	28
Tabla 2 Características de la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L	31
Tabla 3 Elaborar una propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L.....	33

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Características de la calidad de servicio en la microempresa ferretería Goyaj Perú	
E.I.R.L	30
Figura 2 Características de la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú	
E.I.R.L	32

RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo general: Determinar la propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023; la metodología de investigación fue de tipo cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal; teniendo una población muestral de 9 trabajadores; a los cuales se les aplicó una encuesta mediante un cuestionario con 16 preguntas en escala de Likert; obteniéndose los principales resultados: el 44.44% mencionan que a veces se desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención, el 44.44% manifiestan que a veces se hace uso de la atención en línea para las cotizaciones de los productos, el 44.44% afirman que a veces se practica la empatía y trabajo en equipo, el 55.56% indican que siempre es prioridad de la empresa el servicio excelente en beneficio del cliente, el 66.67% mencionan que siempre se tiene una buena comunicación tanto con el proveedor y los clientes, el 44.44% manifiestan que casi nunca se brinda asesoramiento a los clientes como acción de apoyo sobre los productos, el 55.56% aseguran que casi nunca la empresa atrae talentos a base de motivaciones como una estrategia empresarial, el 44.44% afirman que a veces se realiza motivaciones con bonificaciones para un buen desempeño laboral. Concluyéndose que, se debe mejorar la calidad de servicio, y la atención al cliente es buena; pero hay aspectos por mejorar.

Palabras clave: atención, calidad, cliente, servicio, producto.

ABSTRACT

The general objective of the research was: Determine the proposal to improve the quality of service for customer service in the hardware microenterprise Goyaj Perú E.I.R.L, district of San Juan Bautista, Ayacucho, 2023; The research methodology was quantitative, descriptive level and non-experimental cross-sectional design; having a sample population of 9 workers; to whom a survey was applied using a questionnaire with 16 questions on a Likert scale; obtaining the main results: 44.44% mention that sometimes an action plan is developed to achieve the objectives of good service, 44.44% state that sometimes online service is used for product quotes, 44.44% affirm that empathy and teamwork are sometimes practiced, 55.56% indicate that excellent service for the benefit of the client is always the company's priority, 66.67% mention that there is always good communication with both the supplier and clients, 44.44% state that advice is almost never provided to clients as a support action on products, 55.56% say that the company almost never attracts talents based on motivations such as a business strategy, 44.44% affirm that Sometimes motivations are given with bonuses for good work performance. Concluding that, the quality of service must be improved, and customer service is good; but there are aspects to improve.

Keywords: attention, quality, customer, service, product.

I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los problemas que enfrentan las Mypes son la baja calidad de servicio, esto debido a que las empresas no presentan un debido conocimiento sobre como prestar excelente servicio a sus clientes, están más centrados a la obtención de riqueza que a la búsqueda de una calidad de servicio. En varios casos, la falta de formación de los empleados suele ser un problema muy grande, a diferencia de las grandes organizaciones que pueden proporcionar e invertir en una formación eficaz de los empleados. Por otro lado, otro aspecto que afecta a este tipo de negocios es que sus oportunidades de crecimiento son muy bajas, debido a la mala atención a sus clientes, esto ocasiona una mala reputación dentro de la competencia y la pérdida de utilidades y por ende el pronto cierre de los mismos.

A nivel internacional, en Europa, el modelo de atención al cliente busca los puntos más fuertes y también las debilidades de las empresas, siendo la falta de capacitación a los trabajadores en cuanto a la atención del cliente uno de los puntos críticos, el proceso de evaluación para identificar a los trabajadores más capaces se aplicará al momento de su entrada a la empresa. El nombre que recibió fue el Modelo De Excelencia Empresarial. Donde los cambios fueron sustanciales incluso en la innovación lo cual es clave para la ventaja de la competitividad, el mejor trabajo también es la estrategia que utilizan las empresas y que los trabajadores tengan un solo propósito de llevar a la empresa siendo reconocida y ofreciendo servicios de calidad. (Santos, 2018)

Asimismo, en Nicaragua, las ventas de materiales ferreteros han disminuido significativamente a nivel mundial como resultado de la falta de consumidores que buscan principalmente empresas que ofrezcan servicios creativos, ofertas, productos de alta calidad y atención individualizada. Debido a la caída de las ventas durante los cinco meses de crisis, las ferreterías de los distintos mercados de capitales han sido las más afectadas. Por tanto, es fundamental gestionar la calidad del servicio de forma eficaz. (Ulate, 2018)

Por otro lado, las personas de Bogotá-Colombia, los productos de bienes y servicios son los que más demanda la gente, en cada uno de ellos es de suma importancia la buena atención al cliente. Pero esto no se evidencia en las distintas Mypes, ya que carecen de conocimiento y preparación de cómo dar la mejor atención a sus clientes, la falta de interés de retener y fidelizar mediante una calidad de servicio se ve reflejado en el nivel de utilidades que perciben. Debido a la globalización y la competitividad, hay factores claves para el éxito como la calidad de los productos que ofrece la empresa, no se puede hablar de calidad solo

por su superioridad si no por el producto que este ofrece, la forma adecuada de los que elaboran el producto y la prestación de servicio que da la empresa a sus clientes y ellos enmarcan la competencia para poder diferenciar a las demás empresas. (Rojas, 2018).

A nivel nacional, en Cañete, la venta al por menor de productos de ferretería es una actividad económica emergente y existe la falta de personal especializado en las ferreterías y otros empleados que sólo se centran en generar ingresos en lugar de centrarse en mejorar los aspectos tangibles e intangibles del negocio son los culpables del mal servicio al cliente, que a su vez deriva en clientes insatisfechos y descontentos. (Flores, 2022)

Como también, en Ayacucho, en el barrio Magdalena, distrito de Ayacucho rubro comercialización de motos nos manifiesta sobre atención al cliente, que el 80.21% utilizan una comunicación adecuada, el 59.90% están satisfechos de la calidad del producto que ofrece la empresa y el 59.90% están satisfechos con los precios que brindan en la empresa. La empresa tiene que mejorar en la satisfacción de sus clientes buscando la manera adecuada de poder capacitar bien a los empleados y puedan atender bien a los clientes y se sientan satisfechos, la empresa tiene que ofrecer productos de diferentes calidades según la economía familiar. (Arellano, 2020)

A raíz de la problemática se llegó a formular el siguiente problema general: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023? Asimismo, se planteó los siguientes problemas específicos: ¿Cuáles son las características de la calidad de servicio en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023? ¿Cuáles son las características de la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023? ¿Cuáles son las propuestas de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?

De esta manera el estudio de investigación se justifica de manera teórica ya que, se puede decir que los marcos teóricos presentados en esta investigación sobre las variables en estudio: calidad de servicio y atención al cliente, respaldarán los hallazgos reportados en esta investigación. Los cuales servirán para futuros investigadores que requieran recopilar datos conceptuales y referencias bibliográficas. Del mismo modo de manera práctica porque, los resultados reportados teniendo en cuenta las dos variables de investigación

servirán a las empresas del sector comercio en el rubro ferreterías para que tengan presente los errores relacionados en calidad de servicio y atención al cliente, teniendo en cuenta que error no se debe cometer, así también los aspectos a tener en cuenta para llevar a cabo un buen servicio al cliente. Y también metodológicamente ya que, es un estudio descriptivo con un diseño no experimental porque no será necesario alterar variables, un diseño transversal o transaccional porque la información se recogerá de una sola vez y un diseño cuantitativo porque se utilizará estadística para presentar los hallazgos

Para poder obtener respuesta al problema general se planteó el siguiente objetivo general: Determinar la propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023. Y asimismo para poder conseguir el objetivo general se planteó los siguientes objetivos específicos: Describir las características de la calidad de servicio en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023. Definir características de la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San <Juan Bautista, Ayacucho, 2023. Elaborar una propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Internacionales

Arbeláez (2019) en su investigación *Plan de mejora continua para los procesos de atención al cliente en la ferretería "FERRICAP" de la ciudad de Babahoyo, Ecuador, 2019*. Tuvo el siguiente objetivo general: Analizar un plan de mejora continua para los procesos de servicio al cliente en la ferretería "Ferricap" en la ciudad de Babahoyo. La investigación fue de diseño no experimental, descriptivo. Se utilizó un cuestionario de 10 preguntas y se aplicó, se utilizó la técnica de la encuesta con el instrumento Likert, obtuvo los siguientes resultados que el 83% de los colaboradores indican que casi siempre la ferretería ofrece beneficios adicionales como el proceso de entrega, el 46% mencionan que la atención al cliente es buena por parte de los empleados y el 36% menciona que la calidad es lo que más prefieren dentro de una empresa ferretera. Concluye que los problemas son relacionados con la falta de capacitación y la falta de políticas claras en atención al cliente, se debe mejorar atención al cliente e implementar un plan de mejora continua, capacitando, orientando al cliente y mejorar las actividades de la empresa.

Pionce (2019) en su investigación *Calidad de la atención al cliente y su incidencia en el rendimiento económico de los almacenes y tiendas comerciales de la ciudad de Jipijapa*. Tuvo el objetivo general: determinar la atención al cliente y su incidencia en el rendimiento económico de los almacenes y tiendas comerciales de la ciudad de Jipijapa. La investigación fue de diseño no experimental, transversal, nivel descriptivo, Se utilizó un cuestionario de 14 preguntas y se aplicó, se utilizó la técnica de la encuesta con el instrumento Likert, obtuvo los siguientes resultados, que el 44% de los clientes son satisfechos con la atención al cliente, el 43% de los empleados que la apariencia física es "malo" intermedia y el 37% de atención recibida por los clientes vuelven a comprar. Concluye que a los comerciantes se les considera que brindan una excelente atención, no es adecuada su apariencia física no pasa de "malo" y los clientes volverían a comprar de estos comerciantes porque presentan promociones y descuentos.

Muñoz (2019) en su investigación *Propuesta de optimización del servicio al cliente en las empresas de Call center en la ciudad de Guayaquil, 2017*. Su principal objetivo fue crear un programa para mejorar la atención al cliente en las empresas de call center de Guayaquil. Tiene un método cuali-cuantitativo, que incluye a la población de la ciudad de Guayaquil y comprende una muestra de 400 habitantes, analizados a través de una encuesta de 19 preguntas con preguntas principales. Resultados: El 36% utiliza en ocasiones un call center para atención al cliente, el 33% está preocupado por resolver eficazmente problemas con procesos que necesitan mejora en la atención al cliente móvil y el 33% está preocupado por el nivel de demora en la toma de decisiones. está enfocado al cliente. Los centros de llamadas están calificados. Como resultado, el estudio buscó desarrollar un plan de gestión para mejorar la atención al cliente en los Call Centers de Guayaquil. Se utilizaron entrevistas y encuestas como herramientas y métodos. Los usuarios finales y los clientes esperan que un personal experimentado brinde un servicio excelente.

Moreno et al. (2022), en su investigación titulada *Calidad de servicio y satisfacción al cliente en el sector ferretero, ciudad de Puerto López*, tuvo como objetivo general en analizar la calidad de servicio y su incidencia en la satisfacción del cliente en dicha empresa, la investigación tuvo como metodología cuantitativa y cualitativa, como resultado obtenido de esta investigación, se plasmó que la calidad de servicio que existe en las empresas es satisfactoria, ya que el sector desea fidelizar a los clientes para poder así posicionarse en el mercado competitivo, la población mostrada fue de 25 representantes, mientras que la muestra se dio con resultados de un total de 20 integrantes, se llegó a concluir que en dicha organización no cuentan con estrategias y tienen una falta de desconocimiento por los administradores y dueños de la empresa.

Según Monroy (2021) en su investigación titulada *Calidad de servicio en restaurantes de todos santos México*. Tuvo como objetivo general en posicionarse en el mercado y generar mayores beneficios para la empresa, las metodologías a utilizarse fue la evaluación de percepciones de instalaciones, entre ellas tenemos a la accesibilidad, capital humano, atmósfera y comida humana. Se mostró que el 0.896 de varones inciden en el restaurante y que el 0.809 de mujeres inciden en su totalidad, demostrando que las mujeres no tienen diferencia en su consumo, contando con una varianza de 1.24 extranjeros, siendo de un valor crítico de 2.8661. en conclusión, la empresa muestra cualidades y dificultades para obtener una buena calidad de servicio,

Según Becerra (2019) en su tesis titulada *Factores que inciden en a calidad en el servicio en el sector de los restairantes de Puerto Vallarta Jalisco*, tuvo como objetivo general: en analizar los factores que inciden en la calidad en el servicio en dicha empresa, la investigacion tiene como diseño no experimental, transaccional y correlacional. Los resultados obtenidos fueron por medio de la capacidad de los factores con capacidad de respuesta, seguridad, confiabilidad, empatía y tangibilidad. En conclusion el sector no cuenta con una mejora de la calidad de servicio, ya que qle incremento de la satisfaccion al clientes no es muy notoria.

Nacional

Valdivieso (2019) en su investigación *Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Huaral, 2019*. Su objetivo principal fue promover la mejora del servicio al cliente como factor positivo para el desarrollo empresarial en las pequeñas y medianas empresas del sector minorista, sector ferretería en la provincia de Huaral, 2019. Este estudio fue un diseño no experimental y descriptivo. Se utilizó y analizó una encuesta de 31 preguntas, de los cuales se obtuvieron los principales resultados: del 100% de los participantes, el 18% tenía entre 18 y 30 años, y el 27% tenía entre 31 y 55 años. El 51 por ciento son hombres y el 45 por ciento son mujeres. Por ello, el 18% ofrece siempre productos a un precio razonable y el 46% implementa una política de limpieza para asegurar un ambiente limpio en la empresa. En conclusión, no basta con una política de mejora del servicio al cliente y protección de la economía y el medio ambiente.

Villacorta (2022) en su tesis *Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de yarinacocha, pucallpa, 2021*, tuvo como objetivo general; determinar la propuesta de mejora de atencion al cliente para la gestion de calidad en dicha empresa, la metodologia que se llevo a ejecutar fue de diseño no experimental transversal, descriptivo, la poblacion fue de 6 representantes ejecutando 18 preguntas por medio de las encuestas, teniendo como resultado un total de 83.33% que siempre se elavoran planes de capacitacion, siendo un 100.00% que casi siempre cumplen con un servicio prometido, concluyendo que estos resultados han generado que las planificaciones deben de ser prioritarias teniendo en cuentas las estrategias del servicio al cliente como por ejemplo, los

grupos de trabajo, planes de acción de emergencia y el mecanismo para la recopilación de opiniones de los comensales y contar con la mejora de las actitudes hacia el servicio.

Merino (2021) en su tesis *Propuesta de mejora en atención al cliente, como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimiento en las MYPES del sector comercio, rubro ferretería, del distrito de Satipo, Junin 2021*, tuvo como objetivo general: proponer la mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos, este estudio tiene como metodología descriptiva – no experimental, transversal y enfoque cualitativo, la población y muestra obtenida cuenta con 4 ferreterías, obteniendo los resultados descriptivos nos indica que el 10% tiene un nivel medio en cuestión de satisfacción al cliente y que el 75% fue de un nivel elevado al cual los factores pueden mejorar relativamente, concluyendo que dicha empresa requiere una mejora ante una buena atención al cliente.

Villanueva (2021) menciona en su tesis titulada *Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del patio de comidas Barrio Box Park, Chiclayo 2021*, tuvo como objetivo general: proponer estrategias de calidad de servicio por la incrementación de la satisfacción de los clientes de dicha entidad, esta investigación tiene de un enfoque cuantitativo, ya que esto permite tener respuestas de los objetivos propuestos, siendo de un diseño no experimental, permitiéndonos desarrollar manipulaciones o intervenciones, la población en Chiclayo es de 3200 clientes, por lo tanto se tomó como muestra 343 clientes para llevar a cabo las encuestas planteadas, se llegó a determinar como resultado que el 52.24% de los comensales se encuentran satisfechos, mientras que el 37.31% manifiestan que tiene una elevada satisfacción y que el 10.45% se encuentran insatisfechos con los servicios que ofrece la empresa. Se llegó a concluir en que el personal no llega a salvaguardar los intereses que tienen los clientes, ya que el patio de comidas no conforma un elemento indispensable.

Marapi (2022) en su tesis titulada *Calidad de servicio para la mejora de la Satisfacción al Cliente en la imprenta SAEGMI del distrito de Ayacucho, 2022*, tuvo como objetivo general: identificar las características de la calidad de servicio para la mejora de la satisfacción al cliente en dicha empresa, la metodología que se llegó a utilizar fue de nivel descriptivo con un enfoque cuantitativo y de un diseño transversal – correlacional, la población utilizada es de 280 clientes teniendo como muestra a 68 clientes. Los resultados dados se dio una encuesta teniendo como respuesta de 35.3% no se encuentran satisfechos

con el servicio de plazos y tiempo, siendo un 43.6% en que los clientes se encuentran insatisfechos por la infraestructura ya que la empresa no cuenta con equipos modernos y actualizados, por lo tanto, se llegó a concluir que los clientes de la empresa SAEGMI no se encuentran satisfecho con la calidad del servicio brindado por el personal de la empresa.

De la Cruz (2021) en su tesis titulada *Calidad de servicio y satisfacción al cliente de la pollería Flores Chicken, Ayacucho 2021*, tuvo como objetivo general: determinar la relación que existe entre la calidad de servicio y satisfacción al cliente en dicha pollería, la metodología utilizada fue de un nivel descriptivo correlacional y de un diseño no experimental. La población fue de 208 clientes al cual la muestra fue de 52 comensales visitantes de la pollería chicken, obteniendo como resultado un total de 61.5% de un nivel regular ante la satisfacción obtenida, de tal manera se obtiene que el 77% da a informa que la calidad de servicio y la satisfacción al cliente son un Rho Spearman, concluyendo que los comensales dan a conocer que la calidad de servicio y la satisfacción al cliente van de la mano ya que esto permite medir con el Rho Spearman así dará mejores resultados y respuestas positivas.

Local

Según Arellano (2020) en su investigación *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de motos: empresa Allyn MOTOS S.R.L. del barrio Magdalena, distrito de Ayacucho, 2020*. Tuvo como objetivo general: Identificar las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de motos: caso empresa Allyn Motos S.R.L. del barrio Magdalena, distrito de Ayacucho, 2020. La metodología fue: diseño no experimental - transversal, descriptivo porque describe la realidad de los hechos sin modificar la realidad. la población estuvo conformada por 384 clientes y se aplicó la técnica de la encuesta, y se utilizó el cuestionario de 11 preguntas. El 80.21% utilizan una comunicación adecuada, el 59.90% están satisfechos de la calidad del producto que ofrece la empresa y el 59.90% la información que brinda al cliente es a base de exigencias. Se concluye que la empresa Allyn Motos brinda una buena atención a sus clientes y que se sienten satisfechos tanto como en la comunicación y la organización que tienen la empresa si dejar al lado la calidad del servicio.

Jaime (2019) en su tesis titulada *Atencion al clienten en las micro y pequeñas empresas rubro restaurante, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2019*. Tuvo como

objetivo general: en describir la atención al cliente, teniendo como metodología cuantitativa de nivel descriptivo y de diseño no experimental, teniendo como población a un total de 49.034, utilizando como muestra un total de 370 comensales, teniendo en cuenta en el cuestionario las 13 preguntas, los resultados obtenidos fue de 53% al cual manifestaron en que la empresa no cuenta con una fiabilidad al cual dieron entender que la organización no atiende de una manera profesional, por lo tanto, se llegó a concluir que la empresa no ofrece un buen servicio de calidad ante las atenciones al cliente, sin embargo ofrecen patillos novedosos, de buen gusto donde el tiempo de espera suele ser adecuado.

Huamán (2022) en su tesis titulada *Propuesta de Aplicación Web para la atención al cliente en el restaurante Las Rondas, Ayacucho 2022*. Tuvo como objetivo en proponer las aplicaciones en las páginas web para la atención al cliente en dicha empresa, la metodología utilizada en la investigación es de un enfoque mixto, es decir con un diseño secuencial explicativo, de sintagma holístico con la ayuda de la aplicación de métodos deductivos e inductivos. La población y muestra conformada es de 40 comensales, los resultados obtenidos fueron de un análisis de requerimiento y diseño de aplicaciones de páginas web, para mejorar la buena atención al cliente, concluyendo que los prototipos planteados tuvieron como respuesta positiva y se llegó a mejorar el proceso de la atención al cliente.

Leon & Vega (2021) en su tesis titulada *Calidad de servicio y fidelización de los clientes en el restaurante Las Flores de la Ciudad de Ayacucho – 2021*, tuvo como objetivo principal en determinar las relaciones que existen entre la calidad de servicio y la fidelización de los comensales en el restaurante Las Flores, el diseño utilizado es de no experimental, transversal, la población obtenida fue de 1800 clientes al cual se dio como muestra a 382 comensales de 18 a 50 años de edad. Los resultados dados se dieron que un 36% estuvieron de acuerdo con una buena atención al cliente, el 64% consideran que la atención es muy negativa, mientras que en la fidelización fue con un total de 36% siendo positivo y que el 64% fueron de respuestas negativas, concluyendo que la empresa fundamenta que la calidad de servicio y la fidelización tienen una relación muy fuerte hacia los clientes.

Bautista & Delgadillo (2022) menciona en su tesis *Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la notaría Amao Rodas en la provincia de Huanta, Ayacucho 2021*. Tuvo como objetivo principal: determinar la relación entre la calidad de

servicio y la satisfacción de los clientes en el restaurante Amao Roda, empleándose el método descriptivo correlaciona, la población y la muestra obtenida fue de 100 comensales, contando con 60 preguntas correspondientes, los resultados dados fue de un grado de satisfacción con respuestas positivas e implementación de mejora ante una buena atención clientes, tomando como respuesta de un 0.930 hasta un 0.986 en su totalidad, esto llevo a concluir que la relación entre ambas variables son significativamente positivas ya que la calidad de servicio al clientes y la satisfacción tiene mucha relación para el restaurante Amao Rodas.

Medina (2021) en su tesis titulada *Gestión del talento humano y la calidad de servicio en el gobierno regional de Ayacucho – 2018*. Tuvo como objetivo general: determina la relación entre la gestión de talento y la calidad de servicio en el gobierno regional, tomando como metodología de una investigación descriptiva correlacional, de un método comparativo y deductivo, la población fue de 90 trabajadores, dándonos como muestra el total de 73 trabajadores integrantes de dicho gobierno, los resultados obtenidos fueron de una respuesta relativa significativa entre ambas variables que son la gestión de talento y la calidad de servicio, por lo tanto, se llegó a concluir que la técnica del Rho Spearman da un resultado positivo moderado de un 0.333, de la admisión del personas y que el 0.442 con la evaluación del personal y las capacidades de las respuestas correlacionales positivas.

2.2. Bases teóricas de la investigación

2.2.1. Atención al cliente

Atención al cliente para el autor Silva (2020) lo define como atención al cliente a las actividades que realiza las empresas para tener una buena interacción con el cliente y con la empresa, cumpliendo las exigencias que están asociados a los canales de atención al cliente e interacción con la empresa. El procedimiento de entrega será de manera personal para que el producto sea entregado en buenas condiciones y que se trate con cordialidad y respeto ya que la empresa tiene el compromiso de brindar una buena atención para captar más clientes y convertirlos en clientes fieles hacia la empresa.

Así mismo Fernández (2020) define como atención al cliente a la comunicación basada entre el cliente y la empresa ya que la comunicación debe ser basado tanto como interna y externa, y teniendo en cuenta el proceso comunicativo que es el emisor, receptor, mensaje, canal, código, contexto, interferencia y la retroalimentación o feedback. Son

aquellos conectores que ponen en contacto al cliente y que pueda 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.

Según Carrasco (2019) en su libro nos manifiesta que últimamente cualquier empresa lo fundamental es que conozca su valor radical lo esencial de la empresa. si no existieran los clientes, las MYPES, no tendría motivo para su creación ya que ello funciona gracias a sus clientes que puedan comprar. Toda actividad empresarial tiene el primer o las primeras tareas que: es identificar y dividir a sus clientes según los productos que adquieren o los servicios que accedan. Lo principal es conocer e identificar cuáles son sus necesidades y las expectativas del cliente una vez realizado todo aquello, se da opiniones de los demás productos que puedan acoger y consumirlo.

Dimensiones de Atención al cliente

Dimensión: Proceso de Entrega.

La fase de ejecución incluye una fase, la fase final o etapas como definir la producción, gestionarla, realizarla y evaluarla, tomar medidas para proteger la producción y mantener la comunicación con todos los grupos. Durante la entrega de la producción, se repite el trabajo hasta alcanzar el límite de tolerancia, o en caso de que el proceso se retrase, se toma una decisión sobre la validez de la medida adicional. (Manzanera, 2019)

Según Monroy (2021) al introducir mejoras en el proceso de entrega de equipos pesados, la empresa mantiene la satisfacción del cliente y, como resultado, la fidelidad de los clientes. Los clientes analizan cómo opera la empresa y cómo satisface a sus clientes. La empresa paga para mejorar el proceso de entrega del producto que debe llegar al cliente en buenas condiciones, antes de la entrega se debe hacer un proceso de evaluación de cómo se debe presentar el producto para que no llegue en malas condiciones, de esta manera tener clientes satisfechos y recurrentes.

- a. Responsabilidad:** para implementar programas beneficiosos tanto como para las empresas y la sociedad. La responsabilidad interpreta muchas definiciones; como el conjunto de valores que tienen la empresa, la toma de decisiones con sus consumidores y empleados ya que pueden tomar decisiones éticas en contextos comerciales que hace parte de la empresa que tiene la obligación

principal de poder crear un impacto positivo con sus clientes como la protección del medio ambiente, la promoción de productos, donación de fondos y a organizaciones de caridad y lo más principal de la responsabilidad es tener confianza con los clientes ya que ellos nos da esa responsabilidad de poder confiar en nosotros como la entrega de los productos, los errores que haya aceptarlo sin perjudicar al consumidor, si en caso haya fallas en los productos. (Quintana, 2021)

b. Comunicación: La comunicación es una de las cosas más importantes en una organización, si el empleado quiere permanecer en la empresa debe adaptarse y sobrevivir. La comunicación es un conjunto de procedimientos implementados por una empresa que tiene la autoridad para transferir información dentro de la empresa y a otros lugares dentro de la empresa, para intercambiar información que pueda beneficiar a la empresa y, por lo tanto, para desarrollar un entorno de trabajo que fomente y mejore la cooperación. El empleado se desarrolló rápidamente en respuesta a cualquier situación. (Castillero, 2020)

Asimismo, Campos (2021) la comunicación es esencial ante cualquier actividad que organiza una empresa siendo la principal fuente para que funcione las actividades dentro de la empresa para el desarrollo de la empresa, gracias a la comunicación se mejora la competitividad de la empresa y puedan adaptarse a cambios que se pueda producir en su entorno. Con el fin de poder conseguir los objetivos propuestos por la empresa. La comunicación fomenta una motivación hacia los colaboradores porque implica crear un clima laboral favorable para que puedan aclimatarse en la empresa sin ninguna inconveniencia.

c. Acción de apoyo: la organización debe contar con personal de apoyo administrativo ya que ellos deben sentirse cómodo con las tecnologías que ofrece la empresa el personal tienen la función de comunicarse con cualquier oficina para poder ayudar a los colaboradores que necesitan en su área de labor, ellos tienen esa habilidad interpersonal porque cumplen con los roles de otros con el fin de apoyar. Para no perjudicar a la empresa. (Valdivieso, 2019)

Dimensión: Exigencias.

La exigencia en los empleados a cambiado ya que hoy en día las empresas deben estar en contacto con sus empleados para mantener motivados y así mismo incrementar y atraer talentos. La motivación laboral es una de las exigencias como, el ascenso de un puesto de trabajo ya que los empleados pondrán mucho empeño en su área de trabajo, para el desarrollo del trabajo del personal se incentiva brindando posibilidades económicas hacia el profesional. Ya que ello impacta en su calidad de vida. Los trabajadores desean tener sus tiempos libres ya que realizan diligencias, comparten espacios con sus familias, estos incentivos atraen a profesionales que puedan desarrollar a un más en el área de trabajo y están dispuestos en obtener el puesto de trabajo. (Hernández, 2018)

Así mismo Sotelo (2018) nos menciona que la exigencia lo maneja el líder del grupo ya sea el gerente o el administrador de una empresa, para que no haya decaimiento de sus colaboradores debe haber un propósito y de ese propósito se debe tener en cuenta una motivación ya sea ascensos o incentivos. El colaborador pone más empeño en su trabajo y es más puntual ya que va a mejorar su calidad de vida y tratara de poder especializarse en su área y recibirá capacitaciones para el rendimiento y una buena atención a los clientes, lo primordial es que consigan su objetivo trazado de la empresa. El líder tiene la obligación de poder mejorar la efectividad, productividad y competitividad logrando su mejor recurso que es el capital humano (sus colaboradores) ya que ellos son los principales que sufren a los cambios.

- a. Atraer talento:** el talento es muy importante en las organizaciones, para atraer el talento se debe aumentar el compromiso como fortalecer a los empleados, reduciendo el despido de los colaboradores. Primero se establece el salario para que se sientan motivados a seguir trabajando ya que será la conexión entre la empresa y el colaborador y que se irá mejorando cada día, su nivel de empeño, desenvolvimiento dentro de la empresa logrando el objetivo y meta que tiene la empresa.

Asimismo, Torres (2019) indica que los colaboradores de la empresa poseen habilidades y características que le diferencian a cada uno de ellos, la empresa paga un buen salario para que el colaborador pueda desempeñar bien su talento humano ya que el primer paso es dar la iniciativa, la productividad y que favorezca hacia la empresa ante toda gestión de la productividad, uno

mismo podrá manejar de lo mejor los resultados que se obtendrá del talento que tiene generando cambios en la empresa y se obtendrá ganancias o más clientes fieles. Ya que la empresa tiene la confianza en sus colaboradores, para que el talento de su colaborador no sea desvisto, lo mejor es incentivar y aumentar su salario ya que ellos son los principales motores para la buena marcha de la empresa.

- b. Motivación laboral:** la motivación laboral es el motor de una empresa. sin ello el desempeño de las tareas no se realizan con la misma calidad. Se debe tener en cuenta el bienestar de la compañía ya que la motivación laboral busca alcanzar los objetivos de cualquier compañía ya que los empleados se encuentran más comprometidos en su área de labor gracias a la motivación de las empresas a través de estímulos alentarlos a que realicen un buen trabajo de la mejor manera. (Castillo, 2021)

A su vez, Rodríguez (2022) menciona que la motivación laboral nos mantiene activos, productivos en nuestro trabajo. Nuestro compromiso es aportar mejores habilidades para el servicio de la empresa ya que cuya meta, nos mueve a impulsar y prometer un mayor rendimiento. La Motivación laboral es como una energía que nos mantiene conectados con el trabajo porque a causa de ello tenemos un valioso rol que cumplir para lograr objetivos trazados de la empresa. satisface la sociedad mejora a calidad de vida y algunos pueden especializarse en su carrera.

- c. Trabajo del personal:** la productividad es clave de potencia dentro de una empresa, el personal de trabajo debe acotar en las tareas, su área de labor y entregar a tiempo puede organizarse de manera adecuada terminando más antes los que son de pedido urgente. El personal debe estar al día con las tendencias del mercado y debe especializarse para aumentar su rendimiento lo principal es motivar a los trabajadores a que sigan con esa misma energía y aprendiendo cada día a ser mucho mejor.

Según Erazo (2020) nos indica que el trabajo del personal tiene que ser eficiente, no tiene que ser provocado necesariamente por flojera ya que algunos por malos pagos que realiza la empresa, los colaboradores trabajan sin ganas descontentos, realizan malos trabajos, falta de conocimiento. La labor se ve en la recaída de los empleados.

2.2.2. Calidad de Servicio

La calidad es el nivel en que una empresa requiere y solicita ya que les permite satisfacer a sus comensales por medio de este.

La calidad del servicio consiste en ofrecer 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)

Según Villacorta (2022) menciona 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.

Dimensiones de la Calidad de Servicio.

Dimensión: Planificación y organización de la atención.

Esto es importante para el éxito de cualquier empresa porque la gestión de procesos puede hacer que los servicios sean más organizados y eficientes, además de aprovechar al máximo los recursos disponibles, como el tiempo, el dinero y las personas. (Palacios, 2022)

- a. Gestión de las relaciones con los clientes:** Hoy en día las empresas necesitan ser clientes, por lo 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. Aquí es donde las nuevas tecnologías pueden proporcionar una ventaja competitiva para diferenciarse de la competencia. (MBA Madrid, 2023)
- b. Plan de acción:** La planificación de acciones es una técnica popular de gestión de proyectos que le ayuda a determinar exactamente cómo alcanzará sus objetivos. Ya sea que esté trabajando en un proyecto de planificación estratégica o buscando una forma confiable de establecer objetivos de desarrollo

personal, los planes de acción son la herramienta perfecta. Crear un plan de acción mejora la atención al cliente. El plan debe contener los objetivos, dimensiones, variables, indicadores, secuencia del contenido, preguntas y aspectos formales. (Raeburn, 2022)

Dimensión: Gestión de la calidad.

Según la perspectiva tradicional, la implementación de estándares de calidad en las empresas no requiere que los productos o servicios se basen en tareas tradicionales y rutinarias, sino a través de una red de procesos que generalmente se crean y adaptan a nuevas formas. comunicación creativa y empresarial. Por tanto, la conciencia del cambio debe ser mejor que otras. Esta relación cambiante en los últimos años 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. (Steubel, 2022)

- c. **Mejora de los recursos disponibles:** Los clientes optan cada vez más por canales digitales para resolver sus problemas. Es crucial implementar plataformas y bases de conocimiento para que los usuarios puedan encontrar respuestas sin ayuda. Esto puede disminuir las llamadas a los centros de atención al cliente y aumentar la productividad de los agentes. (Martins, 2023)
- d. **Reducción de errores y costes:** Los errores o incidencias son algunas de las cosas más costosas en el proceso de atención al cliente. Integrar una solución CRM puede reducir estos errores y mejorar la calidad del servicio. A medida que las organizaciones enfrentan varios reveses económicos, es probable que la reducción de costos esté en la agenda para las próximas semanas y meses. Una respuesta compleja a la reducción de costos puede tener consecuencias no deseadas para la salud a largo plazo de una organización. Considere cómo puede reducir el gasto ahora sin comprometer las iniciativas digitales y otras estrategias de crecimiento más adelante. (Wiles, 2022)

Dimensión: Cliente externo e interno.

La empresa debe centrarse en los clientes según la norma ISO 9000:2015, que los define como personas u organizaciones que pueden recibir o reciben productos o servicios requeridos por ellos. Esta definición implica que hay dos tipos de clientes en las empresas: el interno y el externo. (Baumann, 2021)

- a. **Cliente externo:** 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. (Baumann, 2021)
- b. **Cliente interno:** Un cliente interno es un empleado que necesita la ayuda de otros empleados para realizar su trabajo de forma eficaz. Este es un factor importante para cualquier organización, porque la relación entre los clientes internos incide directamente en el desarrollo de productos o servicios, lo que a su vez incide en la imagen corporativa de la empresa. (Baumann, 2021)

Dimensión: Indicadores de satisfacción.

Las calificaciones de satisfacción del cliente no siempre indican una disminución en la calidad del producto o servicio. En muchos casos, esto es el resultado de grandes niveles de satisfacción y expectativas. (Zendesk, 2023)

- a. **Niveles de satisfacción:** El nivel de fidelidad a una marca o empresa puede determinarse por la satisfacción del cliente. Esto se debe a 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. Por otro lado, los clientes satisfechos son leales a una marca o proveedor porque sienten una cercanía emocional que va más allá de simples preferencias racionales (lealtad incondicional). (Zendesk, 2023)
- b. **Las expectativas:** 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: El profesional de la atención.

El encargado de atención es alguien que provee servicios de atención al cliente. 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)

- a. Capacitación en la atención:** La capacitación en servicio al cliente le enseña a su personal de soporte lo que necesita saber para mejorar la satisfacción del cliente. Además de comunicarse con los clientes y utilizar el software de soporte técnico, lo cual la empresa necesita capacitar a sus colaboradores sobre sus productos y servicios. (Ortega, 2023)
- b. Perfil para el puesto:** Un perfil de trabajo incluye información sobre tareas, responsabilidades, habilidades y conocimientos necesarios para un empleo. Los perfiles de puesto son cruciales para establecer requisitos laborales y seleccionar al candidato idóneo. (Ortega, 2023)

Control de calidad.

Desde una perspectiva de calidad, es importante que las organizaciones establezcan una variedad de controles para respaldar el negocio, ya que esto nos permitirá una buena gestión de calidad, donde se evaluara el comportamiento real con los objetivos, y saber cuáles son las diferencias.

El autor Rodrigues (2022) da a conocer que el control es un complemento tecnológico ya que permite un proceso de calidad donde se llegue a ejecutar un cumplimiento de metas para mantener la calidad.

Administración de la calidad.

Suele ser un conjunto de principios de métodos, procesos y sistemas, cuya técnica es aplicar el cumplimiento sistemático, reduciendo los errores, teniendo en cuenta que pueda obtenerse un éxito o un fracaso, con limitaciones de riesgos, esto a demostrado ser una competencia decisiva para algunas organizaciones.

Villacorta (2022), nos da a conocer que la calidad de servicio nos permite implementar y desarrollar una organización, siendo adecuada a las características que el mercado requiere.

Planificación de la calidad.

La planificación viene a ser el significado de detallar cada una de las series de pases hacia el programa de calidad, es decir se puede utilizar un plan para detallar y describir las

conexiones de una planificación de calidad, donde los permitirá, identificar, traducir, desplegar y planificar todas las actividades de las variedades de necesidad.

Villacorta (2022) menciona que “ la planificación de la calidad determina todas las necesidades que tienen los comensales, desarrollando los productos por medio de los requerimientos de las satisfacción de las necesidades”.

Teoría de la MYPES.

Las Mypes están constituidas por persona natural o jurídica con la finalidad de poder desarrollar actividades que genere rentabilidad y ganancia ya sea pequeña o grande la empresa donde podemos encontrar de 1 a 10 trabajadores inclusive una pequeña empresa debe tener de 1 a 50 trabajadores. Según el artículo 4° de la ley del Mypes nos indica que; que es una unidad económica que opera, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial. Donde se encuentra regulada en el TUO (texto único ordenado), es importante resaltar que, la microempresa no necesita constituirse como persona jurídica, si no directamente como persona individual como el EIRL, o cualquier forma de la societarias previstas por la ley, las entidades públicas y privadas son las que promueven los criterios de medición para construir con base de datos que permita dar coherencia a la aplicación de las políticas públicas de promoción y formalización del sector. Lo importante es que el mas de 80% de la población económicamente se encuentra activo y que generan el 45% de PBI donde las Mypes son la fuente principal de generación de empleo quienes la pobreza ya que proporciona abundantes puestos de trabajo, incentiva a que puedan crecer como emprendedores de la población, generan buenos ingresos, reduce la pobreza por actividades de negocio, contribuye al crecimiento económico. (SUNAT, 2020)

Marco conceptual.

Atención al cliente.

Son las actividades que realiza las empresas para tener una buena interacción con el cliente y con la empresa, cumpliendo las exigencias que están asociados a los canales de atención al cliente e interacción con la empresa. (Silva, 2020)

Atraer talento.

El autor nos habla sobre, los colaboradores de la empresa poseen habilidades y características que le diferencian a cada uno de ellos, la empresa paga un buen salario para que el colaborador pueda desempeñar bien su talento humano ya que el primer paso es dar

la iniciativa, la productividad y que favorezca hacia la empresa ante toda gestión de la productividad. (Torres, 2019)

Calidad de servicio.

menciona que el modelo clave de una calidad de servicio son los proveedores, quien se encarga de destinar y organizar los servicios, depende de este que el producto llegue sin defectos. (Alcantara, 2020)

Calidad de producto.

Son conjuntos de atributos que tienen y permite tener su juicio valor. Si cumple con las expectativas de satisfacer las necesidades del consumidor, aquella calidad del producto supera las expectativas de los clientes es porque hay aceptación de los clientes, para lo cual antes que pueda salir al mercado se verifica el producto para no tener rechazo, si en cambio no funciona es porque el cliente no se siente a gusto sobre la calidad del producto ya que, si tienen aceptación, recomiendan a los demás y crece la lealtad de los clientes hacia la empresa. (Martínez, 2018)

Comunicación.

Campos (2021) nos menciona que la comunicación es esencial ante cualquier actividad que organiza una empresa siendo la principal fuente para que funcione las actividades dentro de la empresa para el desarrollo de la empresa, gracias a la comunicación se mejora la competitividad de la empresa y puedan adaptarse a cambios que se pueda producir en su entorno. Con el fin de poder conseguir los objetivos propuestos por la empresa. La comunicación fomenta una motivación hacia los colaboradores porque implica crear un clima laboral favorable para que puedan aclimatarse en la empresa sin ninguna inconveniencia.

Estrategia empresarial.

La estrategia empresarial nos lleva a un propósito, que es lograr una ventaja competitiva a través de recursos y capacidades que tiene la empresa. Debe ir acorde a los objetivos y necesidades en forma grupal con los colaboradores de la empresa ya que de esa manera se puede desarrollar estrategias con análisis del mercado y a los competidores. (Cuenca, 2018)

Gestión de calidad.

La gestión de calidad en estos tiempos es un tema muy reciente ya que las cosas se pueden realizar de manera adecuada durante la realización de un producto o servicio. La calidad se comprende como estrategia empresarial, en casos de fallos durante los servicios, facturas incorrectas o cancelación de contratos de ventas. (Padilla, 2020)

Responsabilidad.

Es el conjunto de valores que tienen la empresa, la toma de decisiones con sus consumidores y empleados ya que pueden tomar decisiones éticas en contextos comerciales que hace parte de la empresa que tiene la obligación principal de poder crear un impacto positivo con sus clientes. Lo más principal de la responsabilidad es tener confianza con los clientes ya que ellos nos dan esa responsabilidad de poder confiar en nosotros como la entrega de los productos. (Quintana, 2021)

2.3. Hipótesis

La presente investigación presentó hipótesis por ser un estudio descriptivo. Donde solo se limitó en describir las características de las variables en estudio.

Según Hernández & Mendoza (2018), 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.

III. METODOLOGÍA

3.1. Nivel, Tipo y Diseño de la investigación

Nivel

La investigación fue descriptiva porque solo se limitó en describir las características de la calidad de servicio y la atención al cliente en la empresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L.

Según Hernández & Mendoza (2018), 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.

Tipo

El tipo de investigación fue cuantitativo porque se usó la recolección de datos, con base en la medición numérica y el análisis estadístico en la empresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L.

El enfoque cuantitativo en investigación se enfoca en medir y analizar datos numéricos utilizando estadísticas. Este enfoque implica la medición, el uso de estadísticas, la prueba de hipótesis y el análisis de causas y efectos. (Hernández & Mendoza, 2018)

Diseño

En este trabajo de investigación se utilizó un diseño No experimental/Transversal

No experimental.

Fue no experimental porque no se manipuló de manera deliberada a las variables en estudio, se presentó tal conforme a la realidad sin ninguna alteración.

Según Hernández & Mendoza (2018) el diseño no experimental se realiza sin manipular las variables de la investigación solo se observan los fenómenos de su ambiente empresarial. Cuando el fenómeno es capaz de mutar solo deriva de observación por parte del investigador que realiza las conclusiones de lo observado.

Transversal.

Este trabajo fue de corte transversal porque se realizó en un espacio y tiempo determinado donde tuvo un inicio y fin, específicamente en el año 2023.

Según Morales (2020), un estudio transversal es una investigación observacional que analiza variables de una población de muestra en un periodo de tiempo determinado. El estudio transversal analiza variables y extrae conclusiones sobre su comportamiento.

3.2. Población y muestra.

Población

Según Hernández & Mendoza (2018), nos menciona que, una población es un conjunto general de elementos que tienen una o más características comunes y que se pretende estudiar.

La población estuvo compuesta por 9 trabajadores de la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L.

Muestra

Muestra Censal.

Según López (2019), una muestra censal es una muestra que cubre a toda la población que se estudia. Es decir, se selecciona el 100% de la población en relación con el número de sujetos seleccionados. En este tipo de muestreo cada unidad de estudio se considera una muestra.

La muestra fue censal que corresponde a la cantidad total de la población: 9 trabajadores de la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L.

3.3. Variables, Definición y Operacionalización

VARIABLE	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN	CATEGORÍAS O VALORACIÓN
Calidad de servicio	La calidad del servicio consiste en ofrecer 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)	Planificación y organización de la atención	<ul style="list-style-type: none"> - Gestión de las relaciones con los clientes - Plan de acción 	Likert	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
		Gestión de calidad	<ul style="list-style-type: none"> - Mejora de los recursos disponibles - Reducción de errores y costes 		
		Cliente interno y externo	<ul style="list-style-type: none"> - Cliente interno - Cliente externo 		
		Indicadores de satisfacción	<ul style="list-style-type: none"> - Niveles de satisfacción - Expectativas 		
		El profesional de la atención	<ul style="list-style-type: none"> - Capacitación en la atención - Perfil para el puesto 		
Atención al cliente	Según Silva (2020) lo define como atención al cliente a las actividades que realiza las empresas para tener una buena interacción con el cliente y con la empresa, cumpliendo las exigencias que están asociados a los canales de atención al cliente e interacción con la empresa.	Proceso de entrega	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad - Comunicación - Acción de apoyo 	Likert	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre
		Exigencias	<ul style="list-style-type: none"> - Atraer talento - Motivación laboral - Trabajo del personal 		

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de información

Técnica

La técnica que se utilizó fue la encuesta ya que es una técnica para obtener informaciones y opiniones fundamentales para el trabajo de investigación, el cual fue aplicada a los 9 trabajadores de la empresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L.

Caro (2019) la encuesta es una técnica que nos ayuda a poder encontrar la información sobre la recopilación de datos, en conformidad de las técnicas establecidas dentro de las tablas indicadas.

Instrumento

El instrumento que se utilizó en esta investigación fue el cuestionario donde se formuló 16 preguntas: las 10 primeras preguntas estuvieron dirigidas a la calidad de servicio y las 6 últimas a la atención al cliente.

Torres (2019) la elaboración de este instrumento trata de la formulación de información descritas que son necesarias para la investigación, de forma ordenada en una cedula para poder registrar fácilmente.

3.5. Método de análisis de datos

Obtener datos es el inicio de la investigación. Se empleó una encuesta para recabar datos de los empleados. La encuesta incluyó un cuestionario con preguntas sobre diferentes temas. Después de hallar los datos, se organizó en una matriz o tabla. Se usó Excel para guardar la base de datos de la investigación. Se registraron datos para comentarios posteriores. Se usaron estos resultados para tabular datos y crear tablas y gráficos. La confiabilidad de la encuesta se calculó mediante el uso de Alfa de Cronbach. El índice Alfa de Cronbach evaluó la confiabilidad y consistencia interna de la escala mediante la medición de la coherencia de los ítems del instrumento. Se utilizaron Word y PPT 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

Se utilizaron principios éticos para garantizar la adecuada realización del estudio. Por lo anterior, la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, en acuerdo con el Consejo Universitario, aprobó la Resolución N° 1212-2023-CU-ULADECH, que establece el Reglamento de Integridad Científica bajo el cual se realizarán todas las actividades de investigación. La universidad establece los siguientes principios:

Respeto y protección de los derechos de los intervinientes

Se utilizó este principio porque se protegió a las personas que colaboraron en la investigación, para ello se presentó un informe al gerente general de la empresa sobre la investigación que se trabajó con sus colaboradores, ya que se realizó solamente las preguntas, y las informaciones obtenidas fueron exclusivamente con fines de estudio, y no se revelaron ningún dato sin la autorización del colaborador de la empresa.

Cuidado del medio ambiente

Para aportar al cuidado del medio ambiente se utilizó papel bond en cantidades mínimas y luego pasó a ser un papel reciclado para poder reusarlo y así minimizar la contaminación del medio ambiente, el cuestionario se aplicó vía online para evitar el uso en exceso de papel, también se contribuyó con el ahorro de la energía después de haber cargado la laptop, pasó a ser desconectado y no se utilizó enchufado por varias horas para el trabajo de investigación que se estuvo realizando.

Libre participación por propia voluntad

Se aplicó el cuestionario a los colaboradores de la empresa, quienes participaron por decisión propia y se brindó un comunicado al gerente general de la empresa donde fueron informados de lo que se estuvo investigando y de esta manera no hubo malos entendidos.

Beneficencia no maleficencia

Se le comunicó al micro y pequeño empresario que la información brindada no causó ningún daño a la empresa, se respetó cada momento el bienestar de la Mype se asumió con conducta imprescindible, con respeto ya que el resultado de la investigación también fue beneficioso para la empresa.

Integridad y honestidad

Se dio a conocer que los datos personales no fueron revelados, que se encuentran de manera anónima, se dio en conocimiento a la empresa y a los colaboradores que los resultados obtenidos fueron obtenidos con un solo fin que fue solo para el proceso de a investigación, no fue alterado ni manipulado y no se dañó la integridad, asimismo se cumplió con el reglamento de integridad.

Justicia

Se brindó un trato amigable, respetando a los trabajadores de la micro y pequeña empresa, se brindó información sobre el motivo de la encuesta y que su participación influyó demasiado para el estudio de la investigación, y se entregó un informe sobre el consentimiento, donde cada trabajador tuvo las mismas preguntas.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados

Tabla 1

Características de la calidad de servicio en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L

CALIDAD DE SERVICIO	N	%
Se gestiona las relaciones con los clientes a través de las redes sociales		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	4	44.44
A veces	3	33.33
Casi siempre	2	22.22
Siempre	0	0.00
TOTAL	9	100.00
Se desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención		
Nunca	1	11.11
Casi nunca	1	11.11
A veces	4	44.44
Casi siempre	3	33.33
Siempre	0	0.00
TOTAL	9	100.00
Se hace uso de la atención en línea para las cotizaciones de los productos		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	3	33.33
A veces	4	44.44
Casi siempre	2	22.22
Siempre	0	0.00
TOTAL	9	100.00
Se utiliza una estrategia de CRM para mitigar los errores y costos		
Nunca	1	11.11
Casi nunca	1	11.11
A veces	4	44.44
Casi siempre	1	11.11
Siempre	2	22.22
TOTAL	9	100.00
Se practica la empatía y trabajo en equipo		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	11.11
A veces	4	44.44
Casi siempre	3	33.33
Siempre	1	11.11
TOTAL	9	100.00
Es prioridad de la empresa el servicio excelente en beneficio del cliente		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	1	11.11

Casi siempre	3	33.33
Siempre	5	55.56
TOTAL	9	100.00

Se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes

Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	3	33.33
Casi siempre	5	55.56
Siempre	1	11.11
TOTAL	9	100.00

Se cubren todas las expectativas del cliente

Nunca	0	0.00
Casi nunca	2	22.22
A veces	4	44.44
Casi siempre	2	22.22
Siempre	1	11.11
TOTAL	9	100.00

Los trabajadores están capacitados para brindar un buen servicio de calidad

Nunca	0	0.00
Casi nunca	1	11.11
A veces	1	11.11
Casi siempre	4	44.44
Siempre	3	33.33
TOTAL	9	100.00

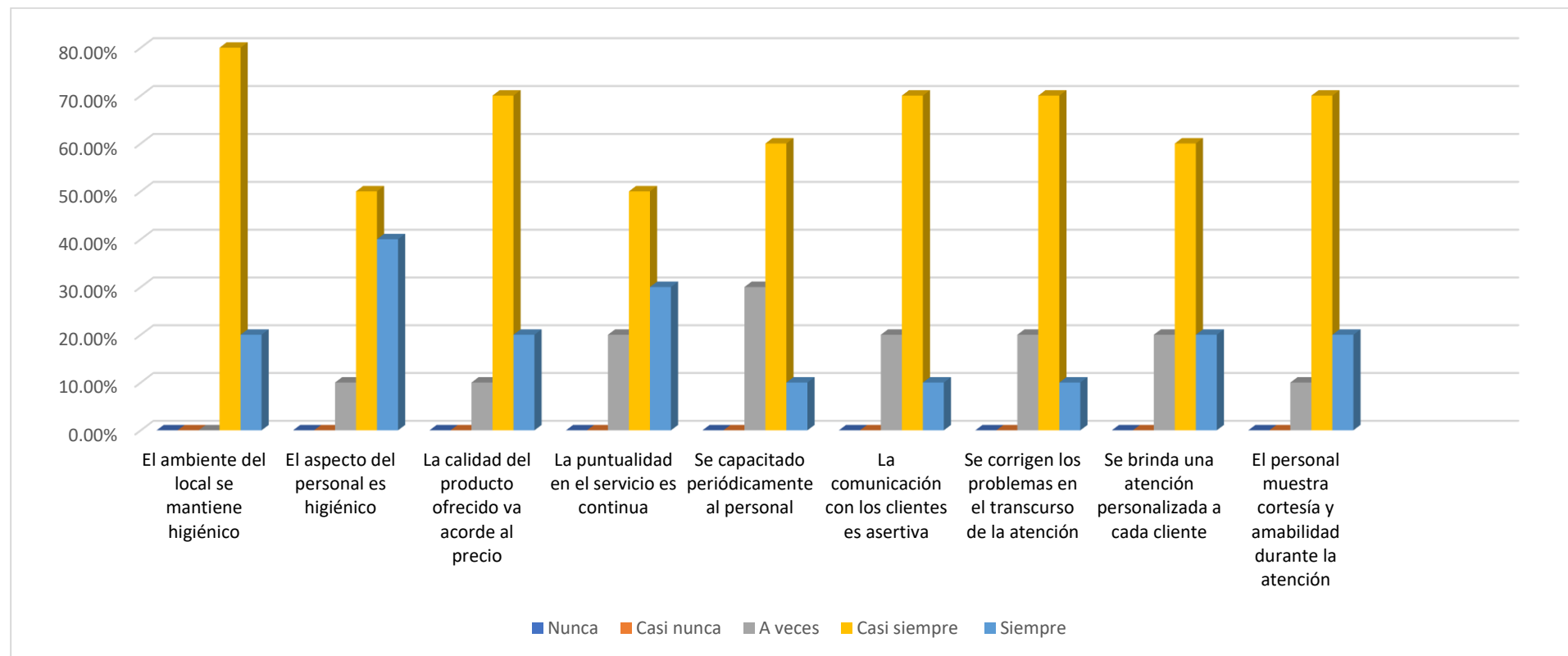
Se realizan evaluaciones para determinar si un candidato tiene el perfil

Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	3	33.33
Casi siempre	5	55.56
Siempre	1	11.11
TOTAL	9	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa microempresa Ferretería Goyaj Perú E.I.R.L 2023

Figura 1

Características de la calidad de servicio en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta a los trabajadores de la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L

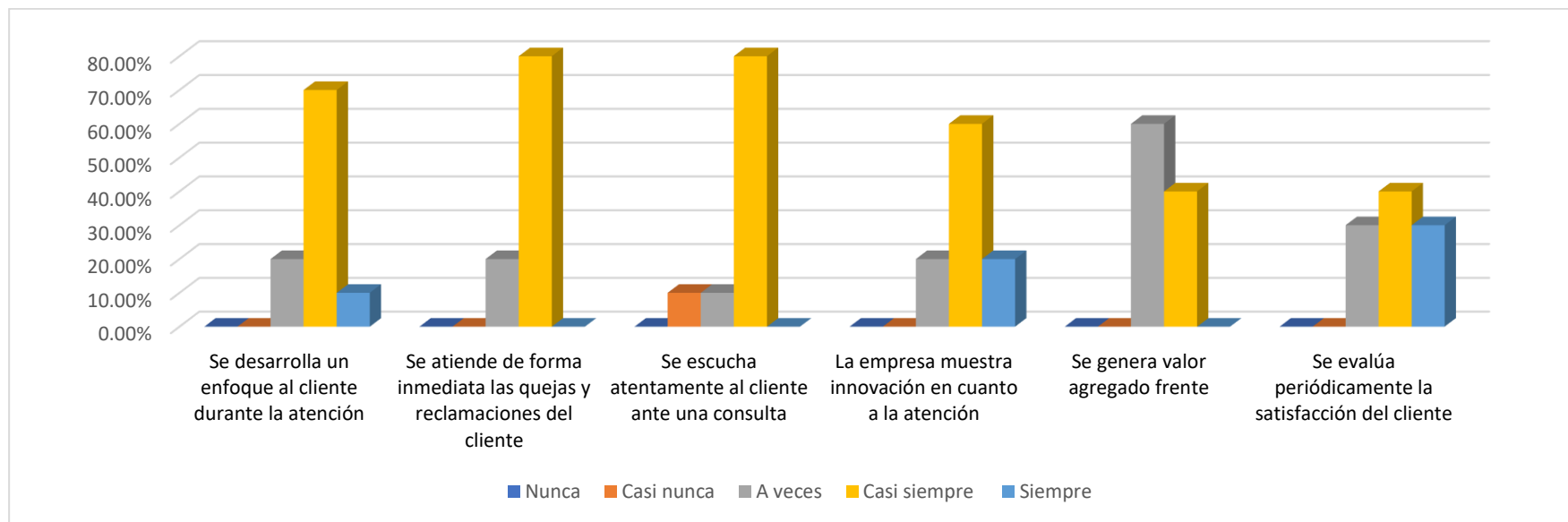
Tabla 2*Características de la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L*

ATENCIÓN AL CLIENTE	N	%
Son responsables con sus clientes en la entrega de los materiales de construcción		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	2	22.22
Casi siempre	2	22.22
Siempre	5	55.56
TOTAL	9	100.00
Se tiene una buena comunicación tanto con el proveedor y los clientes		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi siempre	3	33.33
Siempre	6	66.67
TOTAL	9	100.00
Se brinda asesoramiento a los clientes como acción de apoyo sobre los productos		
Nunca	1	11.11
Casi nunca	4	44.44
A veces	2	22.22
Casi siempre	1	11.11
Siempre	1	11.11
TOTAL	9	100.00
La empresa atrae talentos a base de motivaciones como una estrategia empresarial		
Nunca	1	11.11
Casi nunca	5	55.56
A veces	2	22.22
Casi siempre	0	0.00
Siempre	1	11.11
TOTAL	9	100.00
Se realiza motivaciones con bonificaciones para un buen desempeño laboral		
Nunca	1	11.11
Casi nunca	3	33.33
A veces	4	44.44
Casi siempre	1	11.11
Siempre	0	0.00
TOTAL	9	100.00
El personal realiza un trabajo eficiente		
Nunca	0	0.00
Casi nunca	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi siempre	5	55.56
Siempre	4	44.44
TOTAL	9	100.00

Nota: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa microempresa Ferretería Goyaj Perú E.I.R.L 2023

Figura 2

Características de la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L



Nota: La figura muestra los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta a los trabajadores de la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L

Tabla 3

Elaborar una propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L

PROBLEMA ENCONTRADO	OBJETIVO	CAUSA	ACCIONES DE MEJORA	META	INDICADOR	PRESUPUESTO	RESPONSABLE
El 44.44% indican que casi nunca se gestiona las relaciones con los clientes a través de las redes sociales	Gestionar las relaciones con los clientes	Falta de comunicación directa con los clientes	Utilizar herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación con los clientes.	Mejorar las relaciones con los clientes en un 100%	Número de herramientas tecnológicas	S/. 250.00	Gerente general
El 44.44% mencionan que a veces se desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención	Desarrollar un plan de acción para lograr los objetivos	Falta de planes de acción	Establecer adecuadamente planes operacionales	Incrementar la eficiencia en la atención al cliente en un 100%	Documento del POI	S/. 450.00	Gerente general
El 44.44% manifiestan que a veces se hace uso de la atención en línea para las cotizaciones de los productos	Implementar la atención en línea para las cotizaciones de los productos	No cuenta con una tienda virtual	Crear una tienda en línea que donde se pueda realizar las consultas y generar las compra y ventas	Facilitar en un 100% el servicio al cliente	Tienda virtual creada	S/. 300.00	Gerente general
El 44.44% aseguran que a veces se utiliza una estrategia de CRM para mitigar los errores y costos	Utilizar una estrategia de CRM para mitigar los errores y costos	Falta de estrategias de CRM	Implementar un sistema CMR en la empresa	Reducir cuellos de botella en la atención en un 100%	Sistema CMR	S/. 250.00	Gerente general
El 44.44% afirman que a veces se practica la	Practicar la empatía y trabajo en equipo	Falta de colaboración entre	Inculcar la cultura organizacional en los trabajadores	Mejorar la empatía y trabajo en	Reuniones de socialización	S/. 400.00	Gerente general

empatía y trabajo en equipo		compañeros de trabajo		equipo en un 100%			
El 44.44% manifiestan que a veces se cubren todas las expectativas del cliente	Cubrir todas las expectativas del cliente	Falta de conocimiento de las necesidades del cliente	Realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades de los clientes	Cubrir en un 100% las expectativas del cliente	Estudio de mercado	S/. 500.00	Gerente general
El 44.44% manifiestan que casi nunca se brinda asesoramiento a los clientes como acción de apoyo sobre los productos	Brindar asesoramiento a los clientes sobre los productos	Falta de uso de las nuevas tecnologías en asesoramiento en línea	Brindar asesoramiento en línea para consultas y dudas	Incrementar el apoyo de asesoramiento en un 100%	Número de consultas en línea	S/. 250.00	Gerente general
El 55.56% aseguran que casi nunca la empresa atrae talentos a base de motivaciones como una estrategia empresarial	Atraer nuevos talentos con motivaciones atractivas	Falta de estrategias para el reclutamiento del personal	Promocionar por distintos medios ofreciendo un buen sueldo y ambiente laboral para el puesto	Incrementar nuevos talentos en un 100%	Número de nuevos talentos	S/. 450.00	Gerente general
El 44.44% afirman que a veces se realiza motivaciones con bonificaciones para un buen desempeño laboral	Motivar a los trabajadores a través de bonificaciones	Falta de presupuesto para otorgar bonificaciones	Reducir gastos en áreas que no son importantes para el negocio	Elevar las motivaciones de los trabajadores en un 100%	Evaluación del desempeño laboral	S/. 300.00	Gerente general

4.2. Discusión

Respecto al objetivo específico 1: Describir las características de la calidad de servicio en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023

Gestión de las relaciones con los clientes: El 44.44% indican que casi nunca se gestiona las 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. Por lo que, existen varias herramientas de software que pueden ayudar a las empresas a implementar su estrategia de gestión de relaciones con los clientes. Estas herramientas ayudan a las empresas a registrar, analizar e informar las interacciones entre la empresa y sus usuarios. Además, el software CRM puede registrar información de contacto del cliente, como correo electrónico, número de teléfono, sitio web, información de redes sociales, etc.

Plan de acción: el 44.44% mencionan que a veces se desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención. 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. En ese sentido, ya sea que se esté trabajando en un proyecto de planificación estratégica o buscando una forma confiable de establecer objetivos de desarrollo personal, los planes de acción son la herramienta perfecta. Crear un plan de acción mejora la atención al cliente. El plan debe contener los objetivos, dimensiones, variables, indicadores, secuencia del contenido, preguntas y aspectos formales.

Mejora de los recursos disponibles: el 44.44% manifiestan que a veces se hace uso de la atención en línea para las cotizaciones de los productos. Estos resultados difieren con Villacorta (2022) quien encontró que el 50% casi siempre realizan propuesta de mejora. Como lo indica Martins (2023) que los clientes optan cada vez más por canales digitales para resolver sus problemas. Por lo que, es crucial implementar plataformas y bases de

conocimiento para que los usuarios puedan encontrar respuestas sin ayuda. En tal sentido, esto puede disminuir las llamadas a los centros de atención al cliente y aumentar la productividad de los agentes.

Reducción de errores y costes: el 44.44% aseguran que a veces se utiliza una estrategia de CRM para mitigar los errores y costos. Como lo indica Wiles (2022) que los errores o incidencias son algunas de las cosas más costosas en el proceso de atención al cliente. Por lo que, integrar una solución CRM puede reducir estos errores y mejorar la calidad del servicio. A medida que las organizaciones enfrentan varios problemas económicos, es probable que la reducción de costos esté en la agenda para las próximas semanas y meses. Una respuesta compleja a la reducción de costos puede tener consecuencias no deseadas para la salud a largo plazo de una organización. Considere cómo puede reducir el gasto ahora sin comprometer las iniciativas digitales y otras estrategias de crecimiento más adelante.

Cliente interno: el 44.44% afirman que a veces se practica la empatía y trabajo en equipo. Estos resultados coinciden con Medina (2021) quien encontró que el 30.1% a veces la entidad le proporciona materiales y equipos para realizar su trabajo. Como lo indica Baumann (2021) que un cliente interno es un empleado que necesita la ayuda de otros empleados para realizar su trabajo de forma eficaz. Este es un factor importante para cualquier organización, porque la relación entre los clientes internos incide directamente en el desarrollo de productos o servicios, lo que a su vez incide en la imagen corporativa de la empresa.

Cliente externo: el 55.56% indican que siempre es prioridad de la empresa el servicio excelente en beneficio del cliente. Estos resultados difieren con Valdivieso (2020) quien encontró que el 28 % de los propietarios encuestados muy poca vez tiene un plan innovación a favor de la necesidad de los clientes interno y externo. 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.

Niveles de satisfacción: el 55.56% mencionan que casi siempre se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes. Estos resultados contrastan con Villacorta (2022) quien encontró que el 66.67% algunas veces realizan encuestas de

satisfacción. Como lo indica Zendesk (2023) que el nivel de fidelidad a una marca o empresa puede determinarse por la satisfacción del cliente. Esto se debe a 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. Por otro lado, los clientes satisfechos son leales a una marca o proveedor porque sienten una cercanía emocional que va más allá de simples preferencias racionales.

Expectativas: el 44.44% manifiestan que a veces se cubren todas las expectativas del cliente. 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. Como lo indica Delgado (2023) que 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. Por ello, 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.

Capacitación en la atención: el 44.44% aseguran que casi siempre los trabajadores están capacitados para brindar un buen servicio de calidad. Estos resultados difieren con Valdivieso (2020) quien encontró que el 50 % de los propietarios encuestados a veces capacita a su personal para brindar un mejor servicio en atención al cliente. Como lo indica Ortega (2023) que la capacitación en servicio al cliente le enseña a su personal de soporte lo que necesita saber para mejorar la satisfacción del cliente. Además de comunicarse con los clientes y utilizar el software de soporte técnico, lo cual la empresa necesita capacitar a sus colaboradores sobre sus productos y servicios. Por lo que, estas capacitaciones ayudan a los profesionales a adquirir conocimientos y desarrollar habilidades para roles específicos. Asimismo, la capacitación en servicio al cliente se puede brindar de diversas formas, como capacitación presencial, capacitación remota o capacitación en línea.

Perfil para el puesto: el 55.56% afirman que casi siempre se realizan evaluaciones para determinar si un candidato tiene el perfil. Estos resultados contrastan con Medina (2021) quien encontró que el 41.1% a veces respetan las bases de proceso de selección de

personal. Como lo indica Ortega que un perfil de trabajo incluye información sobre tareas, responsabilidades, habilidades y conocimientos necesarios para un empleo. Los perfiles de puesto son cruciales para establecer requisitos laborales y seleccionar al candidato idóneo. Por ello, si se desea crear un perfil laboral para una empresa, se puede descargar un formato ya preparado para crear para la propia empresa de forma rápida y profesional. Este formato puede incluir los elementos clave para ayudar a crear un perfil de trabajo personalizado que satisfaga las necesidades y objetivos de la organización.

Respecto al objetivo específico 2: Definir características de la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023

Responsabilidad: el 55.56% indican que siempre son responsables con sus clientes en la entrega de los materiales de construcción. Estos resultados difieren con Villanueva (2021) quien encontró que el 88.3% de los encuestados estuvo de acuerdo en que, los empleados brindan sus servicios en el momento en que prometen hacerlo. Como lo indica Quintana (2018) que para implementar programas beneficiosos tanto como para las empresas y la sociedad. La responsabilidad interpreta muchas definiciones; como el conjunto de valores que tienen la empresa, la toma de decisiones con sus consumidores y empleados ya que pueden tomar decisiones éticas en contextos comerciales que hace parte de la empresa que tiene la obligación principal de poder crear un impacto positivo con sus clientes. Por lo tanto, lo más principal de la responsabilidad es tener confianza con los clientes ya que ellos nos dan esa responsabilidad de poder confiar en nosotros como la entrega de los productos, los errores que haya aceptarlo sin perjudicar al consumidor, si en caso haya fallas en los productos. También es importante mencionar que la protección del medio ambiente es una de las responsabilidades que deben implementar las empresas, porque sabemos que muchas no tienen una cultura del cuidado del medio ambiente y contaminan sin medida, perjudicando el bienestar de todos.

Comunicación: el 66.67% mencionan que siempre se tiene una buena comunicación tanto con el proveedor y los clientes. Estos resultados contrastan con Villanueva (2021) quien encontró que el 88% de los encuestados estuvo de acuerdo en que, se espera que los empleados les digan a los clientes exactamente cuándo se realizarán los servicios. Como lo indica Castellero (2020) que la comunicación es un conjunto de procedimientos implementados por una empresa que tiene la autoridad para transferir información dentro

de la empresa y a otros lugares dentro de la empresa, para intercambiar información que pueda beneficiar a la empresa. En tal sentido, la comunicación es esencial en cualquier actividad empresarial organizada, viene a ser la fuente principal de las operaciones internas de la empresa y desempeña un papel en el desarrollo de la empresa. A través de la comunicación la empresa mejora la competitividad y es capaz de adaptarse a posibles cambios producido en su entorno. Además, puede ser capaz de alcanzar los objetivos marcados por la empresa. Como también la comunicación aumenta la motivación de los empleados porque implica crear un buen ambiente de trabajo donde puedan adaptarse a la empresa sin sufrir inconvenientes.

Acción de apoyo: el 44.44% manifiestan que casi nunca se brinda asesoramiento a los clientes como acción de apoyo sobre los productos. Estos resultados difieren con Villanueva (2021) quien encontró que el 99.4% de los encuestados estuvo totalmente de acuerdo en que, se espera que los empleados siempre ayuden a los clientes. Como lo indica Valdivieso (2020) que la organización debe contar con personal de apoyo administrativo ya que ellos deben sentirse cómodo con las tecnologías que ofrece la empresa el personal tienen la función de comunicarse con cualquier oficina para poder ayudar a los colaboradores que necesitan en su área de labor. Por lo cual, las actividades de apoyo son los pilares que permiten mantener el apoyo. Asimismo, en las empresas, los empleados suelen necesitar apoyo en sus áreas de trabajo, y para ello necesitan especialistas especiales que puedan ayudar a los empleados a realizar su trabajo de manera efectiva.

Atraer talento: el 55.56% aseguran que casi nunca la empresa atrae talentos a base de motivaciones como una estrategia empresarial. Como lo indica Torres (2021) que los colaboradores de la empresa poseen habilidades y características que le diferencian a cada uno de ellos, la empresa paga un buen salario para que el colaborador pueda desempeñar bien su talento humano ya que el primer paso es dar la iniciativa, la productividad y que favorezca hacia la empresa ante toda gestión de la productividad. Por lo que, el talento es muy importante en una organización y atraer talento requiere aumentar el compromiso de los empleados, empoderarlos y reducir el desgaste. En primer lugar, la remuneración debe estar dispuesta de tal manera que tengan la motivación para seguir trabajando, porque será el vínculo entre la empresa y los trabajadores y aumentará cada día su compromiso, se desarrollará en la empresa y alcanzará sus objetivos y objetivos.

Motivación laboral: el 44.44% afirman que a veces se realiza motivaciones con bonificaciones para un buen desempeño laboral. Estos resultados ... con Medina (2021) quien encontró que el 27.4% casi nunca el sueldo que recibe recompensa el esfuerzo por las funciones realizadas. Como lo indica Castillo (2021) que la motivación laboral es el motor de una empresa. sin ello el desempeño de las tareas no se realizan con la misma calidad. Se debe tener en cuenta el bienestar de la compañía ya que la motivación laboral busca alcanzar los objetivos de cualquier compañía ya que los empleados se encuentran más comprometidos en su área de labor gracias a la motivación de las empresas a través de estímulos alentarlos a que realicen un buen trabajo de la mejor manera. En ese sentido, la motivación laboral mantiene motivados y productivos en el trabajo a los trabajadores. Por ello el compromiso de la empresa es brindarle mejores oportunidades de satisfacción y comodidad, y de esta manera comprometerlos con un mayor desempeño. En tanto, la motivación laboral es como la energía que une al trabajo porque juega un papel valioso en la consecución de los objetivos.

Trabajo del personal: el 55.56% afirman que casi siempre el personal realiza un trabajo eficiente. Estos resultados contrastan con Valdivieso (2020) quien encontró que el 46 % de los propietarios encuetados muy pocas veces motiva a su personal, mediante reconocimiento a su labor. Como lo indica Moreno (2021) que el trabajo del personal tiene que ser eficiente, no tiene que ser provocado necesariamente por flojera ya que algunos por malos pagos que realiza la empresa, los colaboradores trabajan sin ganas descontentos, realizan malos trabajos, falta de conocimiento. La labor se ve en la recaída de los empleados. Para ello se debe entregar un buen salario a los trabajadores para que ellos puedan realizar un buen trabajo, pero si ellos no lo realizan un buen trabajo se les comunicará para que puedan poner más empeño, también la falta de motivación cae una recaída de los empleados, también se le reconoce su trabajo si realiza un buen trabajo en su área. En las empresas siempre supervisan a sus colaboradores para que no haya decaimiento de los trabajadores, se les da motivación para que puedan seguir con muchas ganas, alegres, que también se le puede aumentar de sueldo para que puedan realizar un buen trabajo.

PLAN DE MEJORA

1. Datos Generales

Nombre o razón social: GOYAJ Perú E.I.R.L.

Dirección: Av. Ramon Castilla Nro. 170 (a 1 cuadra del puente nuevo) Ayacucho – Huamanga – San Juan Bautista

RUC: 20494792126

2. Misión

Proporcionar productos asequibles y de la más alta calidad para todos en el campo de artículos de ferretería, pintura, productos de vidrio, materiales de construcción, manteniéndonos al día con los cambios y la globalización para satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

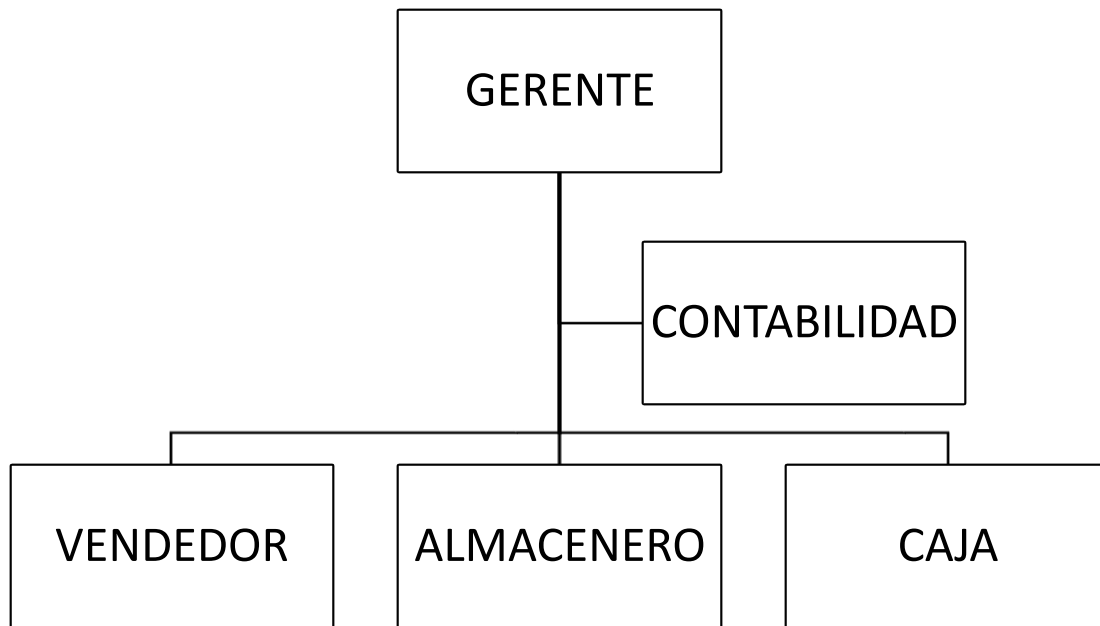
3. Visión

Ser reconocidos como uno de los mejores comercializadores de artículos de ferretería, pintura, productos de vidrio, materiales de construcción, que brindan servicios de calidad y crean valor económico para las personas para alcanzar la excelencia y expandirse en el mercado nacional.

4. Objetivos

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

5. Organigrama



Descripción de las funciones

Cargo	Gerente general
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Licenciado en administración y campos afines. - Trabajar en equipo - Liderazgo - Ser comunicativo - Trabajar bajo presión - Manejo financiero
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollar objetivos y estrategias para la mejora continua - Reclutar empleados según puestos - Evaluar el desempeño de los empleados - Organizar y planificar eventos de empresa - Confirmar control de asistencia - Programar reuniones de incorporación de empleados
Cargo	Vendedor
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Estudios secundarios completos - Al menos 6 meses de experiencia en el campo requerido

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

	<ul style="list-style-type: none"> - Manejo de kardex
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Manipulación de mercancías y organización de materiales - Manejar adecuadamente la mercancía durante la descarga, carga y envío - Registrar y verificar el inventario y registro de Kardex - Mantener control diario sobre el estado de los materiales - Coordinar con el gerente para recibir materiales de proveedores o transportistas según pautas de envío, órdenes de compra - Colaborar con su superior inmediato para revisar todos los aspectos de la documentación.
Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> - Titulado en contabilidad - Experiencia mínima de 1 año en el puesto - Excel avanzado - Conocimiento en estados financieros
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> - Controlar los ingresos y egresos de la empresa - Revisar la situación financiera de la empresa - Apoyar a los gerentes en la formulación de planes estratégicos - Gestionar los recursos financieros de la empresa

6. Diagnóstico General

MATRIZ FODA		FORTALEZAS		DEBILIDADES	
		F1	Velocidad de entrega de mercancías	D1	Mala gestión de inventario
		F2	Una amplia gama de productos	D2	Falta de confianza en los empleados
		F3	Precio al alcance	D3	Rotación constante de personal
		F4	Garantía del producto	D4	Ambiente de trabajo conflictivo
		F5	Innovaciones	D5	Baja motivación de los empleados
		F6	Número suficiente de empleados	D6	Sin sitio web
OPORTUNIDADES		ESTRATEGIAS FO		ESTRATEGIAS DO	
O1	Nuevos edificios residenciales	Crear una nueva sucursal. F5, O1, O2, O3 Suministrar productos de calidad. F2, F3, F4, F5, O1, O5	Capacitar al personal constantemente. D1, D3, O3, O5 Mejorar el ambiente laboral a través de motivaciones. D2, D4, D5, O3, O6.		
O2	Opciones de expansión				
O3	Opciones de préstamo de instituciones financieras				
O4	Acceso a tecnologías innovadoras				
O5	Ingreso de nuevos productos				
O6	Programas de apoyo empresarial				
AMENAZAS		ESTRATEGIAS FA		ESTRATEGIAS DA	
A1	Inflación de precios	Generar propuestas de valor. F1, F2, F3, F4, F5, A1, A3, A5 Desarrollar estrategias de contingencia para situaciones negativas. F4, F6, A1, A2, A3, A4, A5	Crear página web para promocionar los productos. D6, A3, A5. Crear más oportunidades laborales abriendo nuevas sucursales. D3, A6		
A2	La situación en el país				
A3	Competencia desleal				
A4	La zona es insegura				
A5	Vendedores de materiales de segunda mano				
A6	Desempleo				

7. Problemas

INDICADOR	PROBLEMA ENCONTRADO	CAUSA
Gestión de las relaciones con los clientes	Casi nunca se gestiona las relaciones con los clientes a través de las redes sociales	Falta de comunicación directa con los clientes
Plan de acción	A veces se desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención	Falta de planes de acción
Mejora de los recursos disponibles	A veces se hace uso de la atención en línea para las cotizaciones de los productos	No cuenta con una tienda virtual
Reducción de errores y costes	A veces se utiliza una estrategia de CRM para mitigar los errores y costos	Falta de estrategias de CMR
Cliente interno	A veces se practica la empatía y trabajo en equipo	Falta de colaboración entre compañeros de trabajo
Expectativas	A veces se cubren todas las expectativas del cliente	Falta conocimiento de las necesidades del cliente
Acción de apoyo	Casi nunca se brinda asesoramiento a los clientes como acción de apoyo sobre los productos	Falta de uso de las nuevas tecnologías en asesoramiento en línea
Atraer talento	Casi nunca la empresa atrae talentos a base de motivaciones como una estrategia empresarial	Falta de estrategias para el reclutamiento del personal
Motivación laboral	A veces se realiza motivaciones con bonificaciones para un buen desempeño laboral	Falta de presupuesto para otorgar bonificaciones

8. Establecer Soluciones

INDICADOR	PROBLEMA ENCONTRADO	ACCIONES DE MEJORA
Gestión de las relaciones con los clientes	Casi nunca se gestiona las relaciones con los clientes a través de las redes sociales	Utilizar herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación con los clientes.
Plan de acción	A veces se desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención	Establecer adecuadamente planes operacionales
Mejora de los recursos disponibles	A veces se hace uso de la atención en línea para las cotizaciones de los productos	Crear una tienda en línea que donde se pueda realizar las consultas y generar las compra y ventas
Reducción de errores y costes	A veces se utiliza una estrategia de CRM para mitigar los errores y costos	Implementar un sistema CMR en la empresa
Cliente interno	A veces se practica la empatía y trabajo en equipo	Inculcar la cultura organizacional en los trabajadores
Expectativas	A veces se cubren todas las expectativas del cliente	Realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades de los clientes
Acción de apoyo	Casi nunca se brinda asesoramiento a los clientes como acción de apoyo sobre los productos	Brindar asesoramiento en línea para consultas y dudas
Atraer talento	Casi nunca la empresa atrae talentos a base de motivaciones como una estrategia empresarial	Promocionar por distintos medios ofreciendo un buen sueldo y ambiente laboral para el puesto
Motivación laboral	A veces se realiza motivaciones con bonificaciones para un buen desempeño laboral	Reducir gastos en áreas que no son importantes para el negocio

9. Recursos para la implementación de las estrategias

ESTRATEGIAS	RECURSOS HUMANOS	RECURSOS ECONOMICOS	RECURSOS TECNOLOGICOS	TIEMPO
Utilizar herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación con los clientes.	Gerente general y colaborador	S/. 250.00	Redes sociales	Diario
Establecer adecuadamente planes operacionales	Gerente general y colaborador	S/. 450.00	Computadora	Trimestral
Crear una tienda en línea que donde se pueda realizar las consultas y generar las compra y ventas	Gerente general y colaborador	S/. 300.00	Computadora	1 vez
Implementar un sistema CMR en la empresa	Gerente general y colaborador	S/. 250.00	Sistema CMR	Semanal
Inculcar la cultura organizacional en los trabajadores	Gerente general y colaborador	S/. 400.00	Computadora	Mensual
Realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades de los clientes	Gerente general y colaborador	S/. 500.00	Computadora	Trimestral
Brindar asesoramiento en línea para consultas y dudas	Gerente general y colaborador	S/. 250.00	Tienda virtual	Diario
Promocionar por distintos medios ofreciendo un buen sueldo y ambiente laboral para el puesto	Gerente general y colaborador	S/. 450.00	Medios de comunicación	Trimestral
Reducir gastos en áreas que no son importantes para el negocio	Gerente general y colaborador	S/. 300.00	Computadora	Mensual

10. Cronograma de actividades

N°	Estrategias	Inicio	Término	AÑO 2024												
				Febrero				Marzo				Abril				
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Utilizar herramientas tecnológicas para mejorar la comunicación con los clientes.	01/02/2024	30/04/2024	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
2	Establecer adecuadamente planes operacionales	01/02/2024	30/04/2024	x												x
3	Crear una tienda en línea que donde se pueda realizar las consultas y generar las compra y ventas	01/02/2024	04/02/2024	x												
4	Implementar un sistema CMR en la empresa	01/02/2024	30/04/2024	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
5	Inculcar la cultura organizacional en los trabajadores	01/02/2024	01/04/2024	x				x				x				
6	Realizar un estudio de mercado para identificar las necesidades de los clientes	01/02/2024	30/04/2024	x												x
7	Brindar asesoramiento en línea para consultas y dudas	01/02/2024	30/04/2024	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
8	Promocionar por distintos medios ofreciendo un buen sueldo y ambiente laboral para el puesto	01/02/2024	30/04/2024	x												x
9	Reducir gastos en áreas que no son importantes para el negocio	01/02/2024	01/04/2024	x				x				x				

V. CONCLUSIONES

La mayoría de los trabajadores indican que casi nunca se gestiona las relaciones con los clientes a través de las redes sociales, a veces se desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención, a veces se hace uso de la atención en línea para las cotizaciones de los productos, a veces se utiliza una estrategia de CRM para mitigar los errores y costos, a veces se practica la empatía y trabajo en equipo, es prioridad de la empresa el servicio excelente en beneficio del cliente, casi siempre se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes, a veces se cubren todas las expectativas del cliente, casi siempre los trabajadores están capacitados para brindar un buen servicio de calidad, casi siempre se realizan evaluaciones para determinar si un candidato tiene el perfil.

En su mayoría los trabajadores mencionaron que siempre son responsables con sus clientes en la entrega de los materiales de construcción, siempre se tiene una buena comunicación tanto con el proveedor y los clientes, casi nunca se brinda asesoramiento a los clientes como acción de apoyo sobre los productos, casi nunca la empresa atrae talentos a base de motivaciones como una estrategia empresarial, a veces se realiza motivaciones con bonificaciones para un buen desempeño laboral, casi siempre el personal realiza un trabajo eficiente.

Se propuso un plan de mejora para mejorar la calidad de servicio y la atención al cliente en la microempresa ferretería Coyaj Perú E.I.R.L., para lo ello se tomó en cuenta los resultados obtenidos durante la investigación para poder mejorar la gestión de las relaciones con los clientes, el plan de acción, la mejora de los recursos disponibles, la reducción de errores y costes, el cliente interno, las expectativas, la acción de apoyo, el atraer talento, la motivación laboral.

VI. RECOMENDACIONES

Mejorar la comunicación con el cliente utilizando las redes sociales para lograr un contacto directo, personalizar la comunicación con el cliente y 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. Identificar áreas de mejora, establecer objetivos claros y específicos, establecer responsabilidades claras, establecer plazos realistas y monitoree y evalúe continuamente los resultados. Optimizar gastos, revise procesos, encuentre alternativas y aumente la productividad. Analizar procesos y buscar oportunidades para hacerlos más eficientes, automatizar ciertos procesos o agilizar procesos para reducir tiempos y costos. Crear una comunicación clara y transparente y escuchar activamente a los empleados.

Brindar asesoramiento en línea, para lo cual se podría utilizar personal especializado en atención call center, de manera remota u online, también se podría utilizar chat bots que simplifiquen la atención de manera instantánea. Promocionar por distintos medios de comunicación el reclutamiento de candidatos para las áreas requeridas, ya sean por la televisión, radio o las redes sociales. Reducir los gastos en aquellas áreas que no son relevantes, para que se invierta lo ahorrado en brindar bonificaciones, incentivos a los trabajadores sobresalientes y tengan la motivación al momento de cumplir sus actividades asignadas.

Implementar el plan de mejora que fue propuesto en la presente investigación, con el fin de mejorar la gestión de las relaciones con los clientes, el plan de acción, la mejora de los recursos disponibles, la reducción de errores y costes, el cliente interno, las expectativas, la acción de apoyo, el atraer talento y la motivación laboral de la microempresa ferretera Goyaj Perú E.I.R.L.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcantara, A. (2020). *proceso de entrega*. colombia: elceo.com. Obtenido de <https://elceo.com/negocios/responsabilidad-de-entrega-de-pedidos-en-linea-recae-en-tienda-no-en-paqueteria-tec-check/?msclkid=504d18d8c0dd11ec8472dd8319bab063>
- Arbelaez, c. s. (2019). *Plan de mejora continua para los procesos de atencion al cliente en la ferreteria "ferricap" de la ciudad de babahoyo*. babahoyo: uniandes.edu. Obtenido de <https://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/10035/1/PIUBADM020-2019.pdf>
- Arellano Gamarra, G. (2020). Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de motos: caso empresa Allyn Motos S.R.L. del barrio Magdalena, distrito de Ayacucho, 2020. *Repositorio Institucional*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Ayacucho. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/17458/ATENCION_AL_CLIENTE_COMUNICACION_EMPATIA_ARELLANO_GAMARRA_GINA_JAKELIN.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arellano, G. G. (2020). *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro comercialización de motos: caso empresa Allyn motos s.r.l. del barrio Magdalena, distrito de Ayacucho, 2020*. AYACUCHO: RESPOSITORIO.ULADECH. Obtenido de <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/17453>
- 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/>
- Bautista Mendoza, J., & Sicha Delgadillo, K. (2022). Calidad de servicio y satisfacción de los clientes de la notaría Amao Rodas en la provincia de Huanta, Ayacucho 2021. *Repositotio Institucional*. Universidad Cesar Vallejo, Lima. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/87293/Bautista_MJJ-Sicha_DK-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- Becerra, L. F. (2019). *Sistema de gestión de la calidad en las mypes sector comercio en las compras de productos para las universidades, Ecuador*. Ecuador: Scielo.
- Campos, J. M. (2021). *La importancia de la comunicación en la empresa*. España: grupofemxa.es.
- Caro, L. (2019). *7 Técnicas e instrumentos para la recolección de datos*.
- Castillero, M. O. (2020). *La comunicación empresarial*. Barcelona: Pymawards.
- Castillo, D. (2021). *Motivación laboral*. BARCELONA: ZETY.ES.
- Cuenca, O. R. (2018). *Estrategia empresarial en la época moderna*. Mexico: Blogventurecapital.
- Delgado Suárez, J. (2023). *¿Qué son las expectativas? Su significado psicológico*. Obtenido de rincondelapsicología: <https://rinconpsicologia.com/expectativas-significado-ejemplos/>
- Erazo Parra, Y. (2020). *Administración de personal, definición, objetivos y estructura*. Obtenido de gestiopolis: <https://gestiopolis.com/administracion-de-personal-definicion-objetivos-y-estructura/>
- Fernandez, T. M. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. Madrid: Síntesis. Obtenido de <https://www.sintesis.com/data/indices/9788413570006.pdf>
- Flores Romero, E. (2022). Propuesta de mejora de la atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio del Perú, caso: Ferretería Tesorito, San Vicente, Cañete, 2020. *Repositorio Institucional*. Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, Cañete. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/27376/ATENCION_CALIDAD_FLORES_%20ROMERO_%20ERICSON.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). *Metodología de la Investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta* (1 edición ed.). México: Mc Graw Hill Education. Obtenido de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- Hernandez, N. (2018). *Las exigencias en el entorno laboral*. Colombia: actuasscom.

- Huamán Mendoza, D. M. (2022). *Propuesta de Aplicación Web para la atención al cliente en el*. Universidad Nolbert Wiener, FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS, Lima. Recuperado el 20233, de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/T061_72472171_T.pdf
- Jaime Berrocal, E. (2019). *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, distrito San Juan Bautista, Ayacucho, 2019. Repositorio Institucional*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Ayacucho. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/21607/ATENCION_AL_CLIENTE_JAIME_BERROCAL_ERLINDA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- León Gonzales, D., & Vega Baldeón, J. (2021). Calidad de servicio y fidelización de los clientes en el restaurante Las Flores de la ciudad de Ayacucho – 2021. *Repositorio Institucional*. Universidad Cesar Vallejo, Ayacucho. Obtenido de https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/77603/Le%c3%b3n_GDF-Vega_BJD-SD.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- López. (2019). *El tipo de estudio es muestra censal o poblacional*. colombia: edu.pe.
- Manzanera, I. (2019). *Proceso de Entrega*. Italia: praxisframework.org.
- Marapi Huaccache, C. (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
- Martines, J. (2018). *Calidad del Producto*. Carabobo: Akron University. Obtenido de <https://liderazgoymercadeo.co/author/jmartinez09/>
- Martins, J. (2023). *Tu guía para comenzar con la gestión de recursos*. Obtenido de asana: <https://asana.com/es/resources/resource-management-plan>
- Mateos de Pablo Blanco, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO*. Málaga, España: IC Editorial. Obtenido de <https://elibro.net/es/ereader/uladech/124251>

- MBA Madrid. (2023). *Análisis y gestión de las relaciones con los clientes, ¿por qué son importantes?* Obtenido de MBA Madrid: <https://www.mba-madrid.com/marketing/gestion-relaciones-clientes/>
- Medina Gomez, R. (2021). Gestión de talento humano y la calidad de servicio en el gobierno regional de Ayacucho - 2018. *Repositorio Institucional*. Universidad Nacional de Huancavelica, Ayacucho. Obtenido de <https://apirepositorio.unh.edu.pe/server/api/core/bitstreams/d53bc829-64c7-4a1b-bf5a-040bceee4a80/content>
- Merino Ortega, J. (2021). Propuesta de mejora en atención al cliente, como factor relevante para sostenibilidad de los emprendimientos en las Mypes del sector comercio, rubro ferretería, del distrito de Satipo, Junin 2021. *Repositorio Institucional*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Lima. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/26768/ATENCION_AL_CLINTE_MERINO_%20ORTEGA_%20JULIZA_%20MILAGROS.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Morales, C. F. (2020). *Estudio transversal*. colombia: economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/estudio-transversal.html>
- Moreno, J. (2021). *¿Qué es la selección de personal? Técnicas, tipos y proceso*. Obtenido de hubspot: <https://blog.hubspot.es/service/seleccion-de-personal>
- Ortega, C. (2023). *Habilidades de atención al cliente: Ejemplos y cómo desarrollarlas*. Obtenido de questionpro: <https://www.questionpro.com/blog/es/habilidades-de-atencion-al-cliente/>
- Padilla, G. (2020). *gestión de la calidad*. CHICAGO: RTFP.ORG.
- Palacios, D. (2022). *Planificación organizacional: definición, etapas y tipos*. Obtenido de hubspot: <https://blog.hubspot.es/sales/planificacion-organizacional>
- Pionce, C. E. (2019). *calidad de atencion al cliente y su incidencia en el rendimiento economico de los almacenes y tiendas comerciales de la ciudad Jipijapa*. Jipijapa: repositorio.unesum.edu. Obtenido de <http://repositorio.unesum.edu.ec/bitstream/53000/1824/1/UNESUM-ECU-COMERCIO%20EXTERIOR-12-2019.pdf>

- Quintana, C. (2021). *Que es la responsabilidad social empresarial*. MEXICO: OBERLO.
- Raeburn, A. (2022). *Cómo crear un plan de acción eficaz*. Obtenido de asana:
<https://asana.com/es/resources/action-plan>
- Rodrigues, H. (2022). *satisfacer las necesidades del cliente*. madrid: crehana. Obtenido de
<https://www.crehana.com/ar/blog/negocios/satisfacer-necesidades-del-cliente/?msclkid=f081ae95c12911ecbe13d94dc9485a15>
- Rojas, C. J. (2018). *Analisis de la implementacion de un sistema de gestion de calidad* .
 Bogota: expeditiorepositorio.utadeo.edu.pe. Obtenido de
<https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/4683/Tesis%202018%20v6.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Santos, A. c. (2018). *Modelo de Europeo de gestion de la calidad*. honduras: clubensayos.
 Obtenido de <https://www.clubensayos.com/Negocios/El-Modelo-Europeo-de-Gesti%C3%B3n-de-la-Calidad/4831104.html>
- Sotelo, A. M. (2018). *exigencia en las organizaciones*. Madrid: entornoturistico.
- Steubel, P. (2022). *Gestión de calidad: qué es y cómo implantarla*. Obtenido de asana:
<https://asana.com/es/resources/quality-management>
- SUNAT. (2020). *Régimen MYPE Tributario*. Obtenido de Orientación SUNAT:
https://orientacion.sunat.gob.pe/sites/default/files/inline-files/Remype_02.20.pdf
- Torres, M. S. (2019). *Métodos de recolección de datos para una investigación*.
- Ulate, H. (2018). Situación actual golpea sector ferretero. *Tuercas y Tornillos TYT*.
 Obtenido de
https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/31636/CALIDAD_SERVICIO_NAVARRO_JUAREZ_DEYVI_ANDY.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Unade, U. (2019). *Calidad del producto*. ESPAÑA: universidad unade. Obtenido de
<https://unade.edu.mx/calidad-del-producto/>
- Valdivieso, S. G. (2019). *propuesta de mejora en atencion al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emrendimientos en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreteria del distrital de huaral*. Huaral:

repositorio.uladech. Obtenido de
<http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/18442>

Villacorta Rivera, G. (2022). Propuesta de mejora de atención al cliente para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro albergues ecológicos del distrito de Yarinacocha, Pucallpa, 2021. *Repositorio Institucional*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Chimbote. Obtenido de https://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/20.500.13032/33724/ATENCION_AL_CLIENTE_VILLACORTA_RIVERA_GERARDO_ANDRE.pdf?sequence=3&isAllowed=y

Villanueva Villacorta, I. (2021). Calidad de servicio y la satisfacción de los clientes del patio de comidas de barrio Box Park, Chiclayo - 2021. *Repositorio Institucional*. Universidad Señor de Sipan, Pimentel. Obtenido de <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/8718/Villanueva%20Villacorta%20Isabel%20del%20Milagro.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Wiles, J. (2022). *Siete errores de reducción de costos que evitar*. Obtenido de Gartner: <https://www.gartner.mx/es/articulos/siete-errores-de-reduccion-de-costos-que-evitar>

Zendesk. (2023). *¿Qué son los indicadores de satisfacción del cliente?* Obtenido de zendesk: <https://www.zendesk.com.mx/blog/indicadores-de-satisfaccion-del-cliente-que-son/>

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

TÍTULO: Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023

Formulación del problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p style="text-align: center;">Problema general:</p> <p>¿Cuál es la propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?</p> <p>Problemas específicos:</p> <p>¿Cuáles son las características de la calidad de servicio en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?</p> <p>¿Cuáles son las características de la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?</p> <p>¿Cuáles son las propuestas de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023?</p>	<p style="text-align: center;">Objetivo general:</p> <p>Determinar la propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <p>Describir las características de la calidad de servicio en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.</p> <p>Definir las características de la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.</p> <p>Elaborar una propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023.</p>	<p>La investigación no presentó planteamiento de hipótesis porque un estudio descriptivo.</p>	<p style="text-align: center;">Variable 1:</p> <p>Calidad de Servicio</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Planificación y organización de la atención - Gestión de calidad - Cliente interno y externo - Indicadores de satisfacción - El profesional de la atención <p style="text-align: center;">Variable 2:</p> <p>Atención al cliente</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Proceso de entrega - Exigencias 	<p>Tipo:</p> <p>Cuantitativo.</p> <p>Nivel:</p> <p>Descriptivo.</p> <p>Diseño:</p> <p>No experimental – transversal.</p> <p>Población:</p> <p>9 trabajadores de la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L.</p> <p>Muestra:</p> <p>9 trabajadores de la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L.</p> <p>Técnica:</p> <p>Encuesta</p> <p>Instrumento:</p> <p>Cuestionario</p>

Anexo 02: Instrumento de recolección de información



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

CUESTIONARIO

Instrucción:

A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá responder, marcando con una (X) la respuesta que considere conveniente. No existen respuestas “correctas” o “incorrectas”, solo se solicita honestidad y sinceridad de acuerdo a su contextualización; se guardará absoluta reserva.

1. Nunca 2. Casi nunca 3. A veces 4. Casi siempre 5. Siempre

N°	ÍTEMS	Alternativas				
		1	2	3	4	5
V1: CALIDAD DE SERVICIO						
Planificación y organización de la atención						
1	¿La empresa gestiona las relaciones con los clientes a través de las redes sociales?					
2	¿La empresa desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención?					
Gestión de calidad						
3	¿Hacen uso de la atención en línea para las cotizaciones de los productos?					
4	¿Utilizan una estrategia de CRM para mitigar los errores y costos de la atención?					
Cliente interno y externo						
5	¿Se practica la empatía y trabajo en equipo entre los trabajadores?					
6	¿Es prioridad de la empresa el servicio excelente en beneficio del cliente?					
Indicadores de satisfacción						
7	¿Se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes?					
8	¿Se cubren todas las expectativas del cliente?					
El profesional de la atención						
9	¿los trabajadores están capacitados para brindar un buen servicio de calidad?					
10	¿Realizan evaluaciones para determinar si un candidato tiene el perfil adecuado para el puesto?					
V2: ATENCIÓN AL CLIENTE						
Proceso de entrega						
11	¿La empresa es responsable con sus clientes en la entrega de los materiales de construcción?					
12	¿Cómo trabajador de la empresa tienen una buena comunicación tanto con el proveedor y los clientes?					
13	¿La empresa brinda asesoramiento a sus clientes como acción de apoyo sobre los productos que ofrece?					
Exigencias						
14	¿La empresa atrae talentos a base de motivaciones como una estrategia empresarial?					
15	¿Se realiza motivaciones a los colaboradores con bonificaciones, vacaciones, para un buen desempeño laboral?					
16	¿El trabajo que realiza como personal es eficiente?					

Anexo 03: Validez del instrumento

CARTA DE PRESENTACIÓN

/Magister / Doctor: Anaya Moreno Yuri A.

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: CALLAÑAUPA BARRIENTOS, Guillermina, estudiante / egresado del programa académico de Taller de investigación 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 CALIDAD DE SERVICIO PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA FERRETERÍA GOYAJ PERÚ E.I.R.L. DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023" y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

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

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

Atentamente,



DNI: 72754432

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos: Anaya Moreno Yuri

N° DNI / CE: 43774068

CLAD: 07891

Teléfono / celular: -

Email:-

Título profesional: Magister en Administración

Grado académico: Maestría

Doctorado:

Especialidad:

Licenciado en administración

Institución que labora: Municipalidad Distrital de Huarmey

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA FERRETERÍA GOYAJ PERÚ E.I.R.L, DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023

Autor(es):

CALLAÑAUPA BARRIENTOS, Guillermina

Programa académico:



Firma



Huella digital

Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023								
	Variable 1:	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	Dimensión 1: Planificación y organización de la atención							
1	¿La empresa gestiona las relaciones con los clientes a través de las redes sociales?	X		X		X		
2	¿La empresa desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención?	X		X		X		
	Dimensión 2: Gestión de calidad							
1	¿Hacen uso de la atención en línea para las cotizaciones de los productos?	X		X		X		
2	¿Utilizan una estrategia de CRM para mitigar los errores y costos de la atención?	X		X		X		
	Dimensión 3: Cliente interno y externo							
1	¿Se practica la empatía y trabajo en equipo entre los trabajadores?	X		X		X		
2	¿Es prioridad de la empresa el servicio excelente en beneficio del cliente?	X		X		X		
	Dimensión 4: Indicadores de satisfacción							
1	¿Se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes?	X		X		X		
2	¿Se cubren todas las expectativas del cliente?	X		X		X		
	Dimensión 5: El profesional de la atención							
1	¿Los trabajadores están capacitados para brindar un buen servicio de calidad?	X		X		X		
2	¿Realizan evaluaciones para determinar si un candidato tiene el perfil adecuado para el puesto?	X		X		X		
	Variable 2:							
	Dimensión 1: Proceso de entrega							
1	¿La empresa es responsable con sus clientes en la entrega de los materiales de construcción?	X		X		X		
2	¿Cómo trabajador de la empresa tiene una buena comunicación tanto con el proveedor y los clientes?	X		X		X		
3	¿La empresa brinda asesoramiento a sus clientes como acción de apoyo sobre los productos que ofrece para dar un buen uso?	X		X		X		
	Dimensión 2: Exigencias							
1	¿La empresa atrae talentos de sus colaboradores a base de motivaciones como una estrategia empresarial?	X		X		X		
2	¿La empresa ferretera motiva a sus colaboradores con bonificaciones, vacaciones, para un buen desempeño laboral?	X		X		X		
3	¿El trabajo que realiza como personal es eficiente?	X		X		X		

Recomendaciones: Aprobado

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

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Anaya Moreno Yuri

DNI 43774068

MUNICIPALIDAD DISTRITAL DE QUELLO
 CUSCO - PERÚ
 Lic. Anaya Moreno Yuri Anaymiles
 DNI 43774068
 JEFE DE LA OFICINA DE ARQUITECTURA Y PATRIMONIO

Firma



CARTA DE PRESENTACIÓN

/Magister: QUISPE MEDINA, WILBER

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: CALLAÑAUPA BARRIENTOS, Guillermina, estudiante / egresado del programa académico de Taller de investigación 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 CALIDAD DE SERVICIO PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA FERRETERÍA GOYAJ PERÚ E.I.R.L, DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023" y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de Identificación de experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia 1
- Ficha de validación

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

Atentamente,



CALLAÑAUPA BARRIENTOS, Guillermina
DNI: 72754432

Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:

Wilber Quispe Medina

Edad: 49 años

N° DNI / CE: 25760824

Teléfono / celular: 981605064

Email: wilber.quispe.medina@gmail.com

Título profesional:

Licenciado en Administración

Grado académico: Maestría: X

Doctorado: _____

Especialidad:

Educación con mención en Docencia, Currículo e Investigación

Institución donde labora:

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis


Título:

PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA FERRETERÍA GOYAJ PERÚ E.I.R.L, DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023

Autor(es): CALLAÑAUPA BARRIENTOS, Guillermina.

Programa académico:

ADMINISTRACIÓN


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



Huella digital


FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA FERRETERÍA GOYAJ PERÚ E.I.R.L, DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023								
	Variable: CALIDAD DE SERVICIO	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	Dimensión 1: Planificación y organización de la atención							
1	¿La empresa gestiona las relaciones con los clientes a través de las redes sociales?	x		x		x		
2	¿La empresa desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención?	x		x		x		
	Dimensión 2: Gestión de calidad							
3	¿Hacen uso de la atención en línea para las cotizaciones de los productos?	x		x		x		
4	¿Utilizan una estrategia de CRM para mitigar los errores y costos de la atención?	x		x		x		
	Dimensión 3: Cliente interno y externo							
5	¿Se practica la empatía y trabajo en equipo entre los trabajadores?	x		x		x		
6	¿Es prioridad de la empresa el servicio excelente en beneficio del cliente?	x		x		x		
	Dimensión 4: Indicadores de satisfacción							
7	¿Se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes?	x		x		x		
8	¿Se cubren todas las expectativas del cliente?	x		x		x		
	Dimensión 5: El profesional de la atención							
9	¿Los trabajadores están capacitados para brindar un buen servicio de calidad?	x		x		x		
10	¿Realizan evaluaciones para determinar si un candidato tiene el perfil adecuado para el puesto?	x		x		x		
	VARIABLE 2: ATE NCION AL CLIENTE							
	Dimensión 1: Proceso de entrega							
11	¿La empresa es responsable con sus clientes en la entrega de los materiales de construcción?	x		x		x		
12	¿Cómo trabajador de la empresa tiene una buena comunicación tanto con el proveedor y los clientes?	x		x		x		
13	¿La empresa brinda asesoramiento a sus clientes como acción de apoyo sobre los productos que ofrece para dar un buen uso?	x		x		x		
	Dimensión 2: Exigencias							
14	¿La empresa atrae talentos de sus colaboradores a base de motivaciones como una estrategia empresarial?	x		x		x		
15	¿La empresa ferretera motiva a sus colaboradores con bonificaciones, vacaciones, para un buen desempeño laboral?	x		x		x		
16	¿El trabajo que realiza como personal es eficiente?	x		x		x		

*Aumentar filas según la necesidad del instrumento de recolección

Recomendaciones: Opinión

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

Nombres y Apellidos de experto: Mg. Wilber Quispe Medina DNI: 25760824



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



/Magister / Doctor: Uribe Cornelio Guido E.

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: CALLAÑAUPA BARRIENTOS, Guillermina, estudiante / egresado del programa académico de Taller de investigación 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 CALIDAD DE SERVICIO PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA FERRETERÍA GOYAJ PERÚ E.I.R.L. DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023" y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

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

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

Atentamente,



DNI: 72754432

CARTA DE PRESENTACIÓN
Ficha de Identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:

Uribe Cornelio Guido Elmer

N° DNI / CE: 70117561

CLAD: 12504

Teléfono / celular: -

Email:-

Título profesional:

...Magister en Administración

Grado académico: Maestría X

Doctorado: _____

Especialidad:

Magister en Administración

Institución que labora: Independiente

Identificación del Proyecto de Investigación o Tesis

Título:

PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA MICROEMPRESA FERRETERÍA GOYAJ PERÚ E.I.R.L. DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2023

Autor(es):

CALLAÑAUPA BARRIENTOS, Guillermina

Programa académico:



Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio
CLAD N° 12504

Firma



Huella digital

Formato de Ficha de Validación (para ser llenado por el experto)

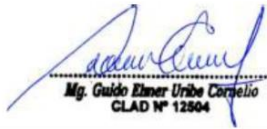
FICHA DE VALIDACIÓN*								
TÍTULO: Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023								
	Variable 1:	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
Dimensión 1: Planificación y organización de la atención								
1	¿La empresa gestiona las relaciones con los clientes a través de las redes sociales?	X		X		X		
2	¿La empresa desarrolla un plan de acción para lograr los objetivos de una buena atención?	X		X		X		
Dimensión 2: Gestión de calidad								
1	¿Hacen uso de la atención en línea para las cotizaciones de los productos?	X		X		X		
2	¿Utilizan una estrategia de CRM para mitigar los errores y costos de la atención?	X		X		X		
Dimensión 3: Cliente interno y externo								
1	¿Se practica la empatía y trabajo en equipo entre los trabajadores?	X		X		X		
2	¿Es prioridad de la empresa el servicio excelente en beneficio del cliente?	X		X		X		
Dimensión 4: Indicadores de satisfacción								
1	¿Se logra satisfacer todas las necesidades de demanda de los clientes?	X		X		X		
2	¿Se cubren todas las expectativas del cliente?	X		X		X		
Dimensión 5: El profesional de la atención								
1	¿Los trabajadores están capacitados para brindar un buen servicio de calidad?	X		X		X		
2	¿Realizan evaluaciones para determinar si un candidato tiene el perfil adecuado para el puesto?	X		X		X		
Variable 2:								
Dimensión 1: Proceso de entrega								
1	¿La empresa es responsable con sus clientes en la entrega de los materiales de construcción?	X		X		X		
2	¿Cómo trabajador de la empresa tiene una buena comunicación tanto con el proveedor y los clientes?	X		X		X		
3	¿La empresa brinda asesoramiento a sus clientes como acción de apoyo sobre los productos que ofrece para dar un buen uso?	X		X		X		
Dimensión 2: Exigencias								
1	¿La empresa atrae talentos de sus colaboradores a base de motivaciones como una estrategia empresarial?	X		X		X		
2	¿La empresa ferretera motiva a sus colaboradores con bonificaciones, vacaciones, para un buen desempeño laboral?	X		X		X		
3	¿El trabajo que realiza como personal es eficiente?	X		X		X		

Recomendaciones: Aprobado

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

Nombres y Apellidos de experto: Dr / Mg Uribe Cornelio Guido

DNI 70117561


Mg. Guido Elmer Uribe Cornelio
CLAD N° 12504



Anexo 04: Confiabilidad del instrumento

**PRUEBA PILOTO PARA VERIFICAR LA CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO (COEFICIENTE ALFA DE CRONBACH)
ENCUESTA DIRIGIDO A LOS TRABAJADORES DE LA MICROEMPRESA FERRETERÍA GOYAJ PERÚ E.I.R.L**

PRIMERA VARIABLE: CALIDAD DE SERVICIO

	item1	item2	item3	item4	item5	item6	item7	item8	item9	item10	SUMA
Sujeto 1	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	43
Sujeto 2	4	3	3	5	5	4	4	4	4	5	41
Sujeto 3	3	4	2	3	4	4	4	3	4	4	35
Sujeto 4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	28
Sujeto 5	3	4	2	4	4	5	4	3	3	3	35
Sujeto 6	2	3	3	3	2	5	3	3	4	4	32
Sujeto 7	2	1	3	1	3	4	3	2	4	4	27
Sujeto 8	2	3	4	2	3	5	5	5	5	4	38
Sujeto 9	2	2	2	3	3	5	4	3	5	3	32
Varianza	0.62	0.89	0.54	1.51	0.69	0.47	0.40	0.84	0.89	0.40	

ALFA	0.81
K (numero de items)	10
Vi(varianza de cada items)	7.23
Vt(varianza total)	26.47

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

0.81 DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO (ALTA)

SEGUNDA VARIABLE: ATENCION AL CLIENTE

	item11	item12	item13	item14	item15	item16	SUMA
Sujeto 1	4	5	3	3	3	5	23
Sujeto 2	5	5	4	3	3	5	25
Sujeto 3	3	5	1	1	2	4	16
Sujeto 4	5	4	5	5	4	5	28
Sujeto 5	3	4	3	2	2	4	18
Sujeto 6	5	5	2	2	3	5	22
Sujeto 7	4	4	2	2	1	4	17
Sujeto 8	5	5	2	2	2	4	20
Sujeto 9	5	5	2	2	3	4	21
Varianza	0.67	0.22	1.33	1.14	0.69	0.25	

ALFA	0.82
K (numero de items)	6
Vi(varianza de cada items)	4.30
Vt(varianza total)	13.43

EL 0.82 DE CONFIABILIDAD DEL INSTRUMENTO (ALTA)

Anexo 05: Formato de consentimiento informado



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (administración de empresas)

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

La presente investigación se titula Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú EIRL, Distrito de San Juan, Ayacucho, 2023, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: dar explicación del por qué sucede algo, es proceso sistemático de descubrimiento y avance del conocimiento humano que se va a realizar en la empresa.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 30 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.

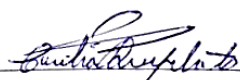
Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de la plataforma de internet. Si desea, también podrá escribir al correo minacb@16gmail.com, para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.


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

Nombre: Cecilia Quspichito Callañaupa.

Fecha: 30/10/2023

Correo electrónico: Cecilia.Quspichito@gmail.com.

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Administración de Empresas)**

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

La presente investigación se titula Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú EIRL, Distrito de San Juan, Ayacucho, 2023 y es dirigido por CALLAÑAUPA BARRIENTOS, Guillermina, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: dar explicación del por qué sucede algo, es proceso sistemático de descubrimiento y avance del conocimiento humano que se va a realizar en la empresa.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 20 minutos de su tiempo.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del repositorio de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo minacb@16gmail.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: Zacarias Alvarez.

Fecha: 30/10/2023.

Correo electrónico: ZacariasALVARES@gmail.com

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Administración de Empresas)

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

La presente investigación se titula Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú EIRL, Distrito de San Juan, Ayacucho, 2023 y es dirigido por CALLAÑAUPA BARRIENTOS, Guillermina, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: dar explicación del por qué sucede algo, es proceso sistemático de descubrimiento y avance del conocimiento humano que se va a realizar en la empresa.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 20 minutos de su tiempo.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del repositorio de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo minacb@16gmail.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: RAUL ZAMORA PRADO

Fecha: 30/10/2023

Correo electrónico: Raulz.prado@gmail.com.

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS
(Administración de Empresas)

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

La presente investigación se titula Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería Goyaj Perú EIRL. Distrito de San Juan, Ayacucho, 2023 y es dirigido por CALLAÑAUPA BARRIENTOS, Guillermina, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: dar explicación del por qué sucede algo, es proceso sistemático de descubrimiento y avance del conocimiento humano que se va a realizar en la empresa.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará 20 minutos de su tiempo.

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

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través del repositorio de la universidad. Si desea, también podrá escribir al correo minacb@16gmail.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: JOSE CARLOS CONDORI RAMOS

Fecha: 30/10/2023

Correo electrónico: JOSECARLOSCONDORIRAMOS442@gmail.com.

Firma del participante: 

Firma del investigador (o encargado de recoger información): 

Anexo 06: Documento de aprobación



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“Año de la unidad, la paz y el desarrollo”

11 de octubre del 2023.

Carta s/n -2023- ULADECH CATÓLICA

Sr(a): Cecilia Quispichito Callañaupa

Gerente general de la empresa ferretería GOYAJ PERÚ E.I.R.L

Presente. -

De mi consideración:

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la escuela profesional de administración de la universidad católica los ángeles de Chimbote. El motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, Callañaupa Barrientos, Guillermina, con código de matrícula N° 3111152005, de la carrera profesional de administración, quien solicita autorización para ejecutar de manera remota o virtual, el proyecto de investigación titulado “Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería GOYAJ PERÚ E.I.R.L, distrito de San Juan Bautista, Ayacucho, 2023” durante los meses de setiembre, octubre, noviembre y diciembre del presente año.

Por este motivo, agradeceré que me brinde el acceso y las facilidades al fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundara de su empresa. En espera de su amable atención, quedo de usted.

Atentamente,

Cecilia Quispichito Callañaupa

Gerente general

DNI 28254342

Anexo 07: Evidencias de ejecución

DECLARACIÓN JURADA

Yo, Callañaupa Barrientos, Guillermina, identificado (a) con DNI 72754432, con domicilio real en pasaje Madrid N°198, Distrito San Juan Bautista, Provincia Huamanga, Departamento Ayacucho,

DECLARO BAJO JURAMENTO,

En mi condición de (estudiante/bachiller) bachiller con código de estudiante 3111152005 de la Escuela Profesional de administración Facultad de ciencia e ingeniería de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2023-2:

Que los datos consignados en la tesis titulada propuesta de mejora de la calidad de servicio para la atención al cliente en la microempresa ferretería GOYAJ PERÚ E.I.R.L, distrito san juan Bautista, Ayacucho, 2023.

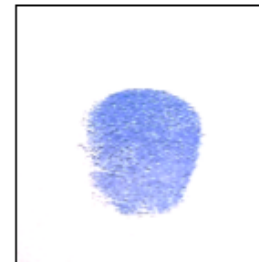
Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad.

Ayacucho, 12 de diciembre del 2023



Firma del estudiante/bachiller

DNI 72754432



Huella Digital