



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

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA
ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FERRETERÍA PAREDES, YUNGAY, 2024**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN

AUTOR

**LEZAMA FRUCTUOSO, JOHNNY WIQUIN
ORCID:ORCID: 0000-0001-9422-9866**

ASESOR

**LIMO VASQUEZ, MIGUEL ANGEL
ORCID:0000-0002-7575-3571**

**CHIMBOTE-PERÚ
2024**



FACULTAD DE CIENCIAS E INGENIERÍA

PROGRAMA DE ESTUDIO DE ADMINISTRACIÓN

ACTA N° 0174-061-2024 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de **Chimbote** Siendo las **14:20** horas del día **25** de **Junio** del **2024** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE Presidente
ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA Miembro
CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS Miembro
Mgtr. LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FERRETERÍA PAREDES, YUNGAY, 2024**

Presentada Por :
(1211161045) **LEZAMA FRUCTUOSO JOHNNY WIQUIN**

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

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

LLENQUE TUME SANTOS FELIPE
Presidente

ESTRADA DIAZ ELIDA ADELIA
Miembro

CENTURION MEDINA REINERIO ZACARIAS
Miembro

Mgtr. LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL
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 MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FERRETERÍA PAREDES, YUNGAY, 2024 Del (de la) estudiante LEZAMA FRUCTUOSO JOHNNY WIQUIN, asesorado por LIMO VASQUEZ MIGUEL ANGEL 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, 09 de Julio del 2024



Mgtr. Roxana Torres Guzman
RESPONSABLE DE UNIDAD DE INTEGRIDAD CIENTÍFICA

Dedicatoria

A mi madre María.

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

A mi padre Leoncio.

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mi esposa Jova, mis hijos Karla, Dulce, Iker y killary por ser los mayores tesoros de mi vida, ellos fueron esa importante fuente motivacional de felicidad, la cual si hubiera está ausente en la realización de este informe de trabajo de investigación, no hubiera tenido el mismo existo

Agradecimientos

Agradezco profundamente a Dios por darme la fortaleza y sabiduría necesarias para culminar esta investigación.

A mi familia, por su apoyo incondicional y amor constante. Finalmente, a mis profesores y compañeros de la ULADECH, por su guía y colaboración.

Índice General

Dedicatoria.....	IV
Agradecimientos.....	V
Índice General.....	VI
Lista de Tablas	VIII
Lista de Figuras	IX
Resumen	X
Abstract.....	XI
I. Planteamiento del problema	1
II. Marco teórico	5
2.1. Antecedentes.....	5
2.2. Bases teóricas	14
2.3. Hipótesis	25
III. Metodología.....	27
3.1. Tipo, Nivel y Diseño de investigación	27
3.2. Población	28
3.3. Operacionalización de las variables	29
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	30
3.5. Método de análisis de datos.....	30
3.6. Aspectos Éticos	31
IV. Resultados	32
V. Discusión.....	54
VI. Conclusiones	76
VII. Recomendaciones	79
Referencias Bibliográficas.....	81
Anexos.....	87

Anexo 01. Matriz de consistencia	87
Anexo 02. Instrumento de recolección de información.....	88
Anexo 03. Validez del instrumento	90
Anexo 04 formato de consentimiento informado u otros.....	97

Lista de Tablas

Tabla 1 Características de la tangibilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.....	32
Tabla 2 Características de la fiabilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.....	34
Tabla 3 Características de la capacidad de respuesta de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.	36
Tabla 4 Características de la seguridad la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.	38
Tabla 5 Características de la empatía de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.	40
Tabla 6 Características de la amabilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.	41
Tabla 7 Características de la disposición previa de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024...	43
Tabla 8 Características de la implicación de la respuesta de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.	45
Tabla 9 Características del servicio al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.	47
Tabla 10 Características del vocabulario adecuado de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.	49
Tabla 11 Propuesta de mejora de la calidad de servicio para mejorar la atención al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.	51

Lista de Figuras

Figura 1 Características de la tangibilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.....	33
Figura 2 Características de la fiabilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.....	35
Figura 3 Características de la capacidad de respuesta de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.	37
Figura 4 Características de la seguridad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.	39
Figura 5 Características de la empatía de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.	41
Figura 6 Características de la amabilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.	43
Figura 7 Características de la disposición previa de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.	45
Figura 8 Características de la implicancia de la respuesta de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.	47
Figura 9 Características del servicio al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. ...	49
Figura 10 Características del vocabulario adecuado de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.	51

Resumen

La investigación tuvo como objetivo principal: Elaborar una propuesta de mejora de la calidad de servicio para mejorar la atención al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024, el tipo de investigación fue cuantitativo, de nivel descriptivo, de diseño no experimental de corte transversal, se consideró una población muestral de 68 clientes; para el recojo de la información se aplicó la teoría de la encuesta desarrollando un cuestionario de 30 preguntas como instrumento la escala de Likert, obteniendo como resultado en relación a la calidad de servicio, el 66.18 % manifiesta que las instalaciones de la ferretería nunca están limpias y ordenadas, el 55.90 % considera que casi nunca el servicio que ofrece la ferretería es precisa y sin errores. En atención al cliente, el 77.90 % manifiesta que casi siempre el personal de la ferretería muestra cualidades positivas en su trato, el 48.50 % considera a veces el personal de la ferretería interactúa de manera efectiva para entender las necesidades. Se concluye que las instalaciones y equipos no se encuentran en buen estado, por lo que dificulta el cumplimiento en los plazos de entrega de los materiales y los servicios que presta; además existe poco conocimiento de los trabajadores con relación al funcionamiento de la ferretería dificultando la calidad de servicio durante el proceso, esto en consecuencia dificulta interactuar de manera fluida en atención al cliente.

Palabras clave: atención al cliente, calidad de servicio, ferretería

Abstract

The main objective of the research was: Develop a proposal to improve the quality of service to improve customer service at Ferretería Paredes, Yungay, 2024, the type of research was quantitative, descriptive level, with a non-experimental cross-sectional design. , a sample population of 68 clients was considered; To collect the information, the survey theory was applied, developing a questionnaire of 30 questions as an instrument on the Likert scale, obtaining as a result in relation to the quality of service, 66.18% stated that the hardware store facilities are never clean. and orderly, 55.90% consider that the service offered by the hardware store is almost never accurate and error-free. In customer service, 77.90% state that hardware store staff almost always show positive qualities in their treatment, 48.50% consider that hardware store staff sometimes interact effectively to understand needs. It is concluded that the facilities and equipment are not in good condition, which makes it difficult to comply with the delivery times of the materials and services provided; In addition, there is little knowledge of the workers regarding the operation of the hardware store, hindering the quality of service during the process, this consequently makes it difficult to interact fluidly in customer service.

Keywords: customer service, service quality, hardware store

I. Planteamiento del problema

Las micro y pequeñas empresas (mypes) desempeñan un papel crucial en la economía de cualquier país, pues son la columna vertebral de la actividad empresarial en muchas comunidades, proporcionando empleo, fomentando la innovación y contribuyendo al crecimiento económico, esto se debe a que estas empresas suelen ser ágiles y flexibles, lo que les permite adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y satisfacer las necesidades locales; además, las mypes suelen ser impulsoras de la diversidad económica al ofrecer una amplia gama de productos y servicios, en este sentido, al fomentar la competencia y la eficiencia, contribuyen a mejorar la calidad y la variedad de las ofertas disponibles para los consumidores. Como ya se ha dicho, también son una fuente importante de empleo, brindando oportunidades laborales a una gran cantidad de personas, lo que ayuda a reducir la tasa de desempleo y promueve la inclusión social y económica (Aguilar, 2023).

A nivel internacional, de acuerdo con Izquierdo y Anastacio (2021) se ha destacado la necesidad de abordar la deficiente calidad del servicio en muchas empresas; así a pesar de las afirmaciones sobre la importancia de satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, la realidad es que aún se fracasa en este aspecto. La supuesta calidad del servicio se ve afectada por la incapacidad de las empresas para cumplir con sus promesas, resolver problemas de manera efectiva o proporcionar una experiencia positiva en las interacciones; dentro de esto, la falta de inversión en procesos de mejora continua y capacitación del personal contribuye aún más a la insatisfacción de la clientela.

En Turquía, Filipinas e India, según el informe de Zendesk (2022) sobre la especialización en atención al cliente en empresas de diversos países, se observa que muchas empresas en estos países han experimentado un descenso significativo en sus niveles de especialización. En un período de cuatro años, este valor se redujo al 89,5%. La causa principal de este descenso es el estancamiento en los esfuerzos de mejora por parte de las empresas, lo que ha impedido que se mantengan al día con las mejores prácticas y tecnologías emergentes en el ámbito de la atención al cliente.

En España, los sectores empresariales se caracterizan por la falta de iniciativas destinadas a mejorar tanto la calidad del servicio como la atención al cliente, esta carencia se traduce en una falta de énfasis en el contacto con los clientes y una respuesta deficiente ante problemas o consultas, los fallos identificados suelen ser atribuidos principalmente a la dirección de las empresas, ya que éstas, al estar al mando de las organizaciones, no logran

adaptarse a las tendencias tecnológicas, de mercado y otros cambios relevantes (Martínez et al., 2022).

En Colombia, se revela que las empresas comerciales tienen un enfoque desactualizado en la administración de empresas y en la competitividad, esto se traduce en una falta de comprensión de las necesidades y requerimientos más importantes de su mercado, lo que impacta negativamente en la calidad del servicio y la atención al cliente; además, estas empresas no proporcionan canales adecuados para interactuar con los vendedores, y su adopción tardía de redes sociales y otros medios de comunicación refleja una falta de innovación en comparación con empresas extranjeras (Olis et al., 2021).

En el Perú según Laus (2019) las empresas peruanas no poseen información suficiente en cuanto a las expectativas que un cliente pueda llegar a tener respecto a la atención que va a recibir; en otras palabras, no se cuenta con referencias para señalar si un cliente queda satisfecho con la calidad del servicio prestado durante o después de la compra de un producto, lo cual ha afectado a muchas organizaciones pues no pueden mejorar sus puntos débiles, es así que los diversos negocios comerciales del país, entre los que destacan las ferreterías y empresas de construcción, no brindan una buena calidad en cuanto a la atención al cliente pues el 67% no tiene intenciones de regresar a comprar en la empresa en la que fueron tratados, es debido a ello que en la actualidad las organizaciones empresariales deben de prestar especial importancia en cómo se viene interactuando con la clientela, esto con la finalidad de que se busque mejorar los canales de fidelización para que pueda retornar a fin de efectuar una siguiente compra.

A nivel local, el rubro ferretería es uno de los sectores de comercialización más importantes, más en los distritos ubicados dentro del Callejón de Huaylas, como es el caso local del Distrito de Yungay, el cual se caracteriza por aún encontrarse en desarrollo urbanístico por lo que requiere de este tipo de negocios para su desarrollo, en este sentido, en cuanto a la calidad del servicio para la atención del cliente, se observa que aún no se han conseguido avances relevantes pues solo un 53% de los clientes regresa a comprar otra vez.

Teniendo en cuenta esto, se tiene el caso de la Ferretería Paredes, el cual desde hace años viene ofreciendo diversos productos que intentan cubrir las necesidades de la población, sin embargo, este negocio afronta una serie de dificultades que requieren ser atendidas lo antes posible para competir de manera adecuada con otras empresas que se encuentran en su entorno y se dedican a su mismo rubro; referente a ello, se encuentra que el principal y más

notorio de sus problemas es el relacionado con la calidad de servicio para la atención al cliente, ya que muchos de estos mencionan que no se les trata adecuadamente, pues consideran que el trato otorgado es poco respetuoso, poco amable y sin un vocabulario adecuado, motivo por el que no siempre desean efectuar compras en este lugar, a todo esto se suma que los representantes y trabajadores de esta organización no muestran preocupación alguna por brindar una mejor atención al cliente. Debido a lo mencionado, nace esta investigación pues se deduce que es imprescindible tratar este caso de estudio, motivo por el que se planteó el siguiente enunciado del problema: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la calidad de servicio para mejorar la atención al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024? Asimismo, como problemas específicos: sobre la calidad de servicio ¿Cuáles son las características de la tangibilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024? ¿Cuáles son las características de la fiabilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024? ¿Cuáles son las características de la capacidad de respuesta de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024? ¿Cuáles son las características de la seguridad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024? ¿Cuáles son las características de la empatía de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024? Mientras que para la atención al cliente ¿Cuáles son las características de la amabilidad de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024? ¿Cuáles son las características de la disposición previa de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024? ¿Cuáles son las características de la implicación en la respuesta de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024? ¿Cuáles son las características del servicio al cliente de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024? ¿Cuáles son las características del vocabulario adecuado de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024? ¿Cuál es la propuesta del plan de mejora de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024?

Partiendo de lo anterior, se determinó como objetivo general: Elaborar una propuesta de mejora de la calidad de servicio para mejorar la atención al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. Con el propósito de desarrollar dicho objetivo, se tuvieron los objetivos específicos: sobre la calidad de servicio. Definir las características de la tangibilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. Definir las características de la fiabilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. Definir las características de la capacidad de respuesta de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. Definir las características de la seguridad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. Definir las características de la empatía de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. Sobre la atención al cliente. Definir las características de la amabilidad de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Definir las características de la disposición previa de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. Definir las características de la implicación en la respuesta de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. Definir las características del servicio al cliente adecuado de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. Definir las características del vocabulario adecuado de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

La presente se justificó, en lo teórico pues mediante este estudio se llenó el vacío de conocimiento al proporcionar información sobre calidad de servicio y la atención al cliente dentro del caso de la ferretería en mención, por lo que, los resultados obtenidos pueden ser extrapolados a otros negocios similares en entornos urbanos similares dado que se encontró información detallada sobre las expectativas y preferencias de los clientes en cuanto al servicio en una ferretería; asimismo, esta investigación puede servir a futuros investigadores que aborden las variables aquí tratadas a modo de antecedentes. Se justificó en lo social dado que la mejora de la calidad de servicio en la Ferretería Paredes del Distrito de Yungay no solo beneficia a los clientes directos, sino también a la comunidad en general, ya que, al mejorar la experiencia del cliente, se promueve la fidelidad del mismo, lo que puede resultar en un aumento de la clientela y, por ende, en un incremento de los ingresos para la ferretería, lo que puede conducir a una atención al cliente de mayor calidad pues puede generar una imagen positiva de la ferretería en la comunidad. En lo práctico, esta investigación contribuyó a abordar una problemática real que afecta tanto a la Ferretería Paredes como a sus clientes, puesto que este permitió encontrar las deficiencias existentes en la atención y calidad del servicio ofrecido, clientes insatisfechos, pérdida de ventas y una reputación negativa para el negocio. Mejorar la atención al cliente y la calidad de servicio ayuda a la ferretería a mantener y atraer clientes, aumentar la satisfacción del cliente y, en última instancia, mejorar su rentabilidad y sostenibilidad a largo plazo. Por último, en lo metodológico, esta contribuyó al desarrollo de un nuevo instrumento apoyado tanto en la técnica de la encuesta como en el instrumento cuestionario para evaluar la calidad de servicio, así como la atención del cliente en ferreterías, basado en teorías relevantes del tema. La metodología de investigación científica utilizada garantiza la validez y confiabilidad de los resultados obtenidos, lo que permite hallar información verídica que puede aclarar la situación que se vive en este caso de estudio.

II. Marco teórico

2.1. Antecedentes

Internacional

Variable 1: Calidad de servicio

Macías et al. (2022) en su artículo científico titulada: *La calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero Ecuador*, tuvo el objetivo: Determinar la calidad en el servicio y su relación con la satisfacción al cliente. En cuanto al tipo de investigación, este fue cualitativo, de nivel documental y de alcance bibliográfico; así su población y muestra estuvo conformada por 25 publicaciones, para abstraer información se aplicó el análisis documental como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: La calidad de servicio puede ser vista desde diversas perspectivas según los autores, algunos la conceptualizan como parte integral de un proceso, donde cada etapa contribuye a la experiencia general del cliente, otros la ven como un sistema completo, donde todos los elementos, desde la atención al cliente hasta la entrega del producto o servicio, están interconectados para garantizar una experiencia satisfactoria sin errores, también se la considera una estrategia empresarial, ya que una alta calidad de servicio puede diferenciar a una empresa de sus competidores y generar lealtad entre los clientes. Concluyó que la calidad del servicio es esencial para las empresas del sector ferretero. Adaptarse a las necesidades individuales de cada empresa ayuda a cumplir con el objetivo principal de satisfacer las demandas de los clientes, lo que a su vez es fundamental para mantener una posición sólida en el mercado empresarial.

Naranjo (2020) en su tesis de maestría: *La calidad del servicio y satisfacción de los usuarios en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS*, tuvo el objetivo: Determinar la relación entre la calidad del servicio y satisfacción de los usuarios del lugar en estudio. En cuanto al tipo de investigación, este fue cuantitativo, de nivel descriptivo y de alcance deductivo; así su población y muestra estuvo conformada por 180 clientes exportadores, para abstraer información se aplicó la guía de observación como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: El 28,27% de encuestados expresen un nivel muy alto de insatisfacción con respecto al portal web de la institución lo cual es una señal clara de un área que requiere atención inmediata, pues se refleja un descontento significativo entre los usuarios ya que señalan que existen aspectos críticos en el diseño, funcionalidad o experiencia de uso del portal que están generando una experiencia negativa para estos

usuarios. Concluyó que se ha identificado una relación directa y significativa del 63% entre la calidad del servicio y la satisfacción del usuario en el contexto de estudio, lo cual indica que cuando la calidad del servicio mejora, la satisfacción del usuario también tiende a aumentar en una proporción considerable, esta relación estrecha resalta la importancia de enfocarse en mejorar la calidad del servicio como un medio efectivo para incrementar la satisfacción de los usuarios, las empresas y organizaciones que priorizan la excelencia en el servicio están mejor posicionadas para satisfacer las expectativas de sus clientes y mantener relaciones sólidas y duraderas con ellos.

Rivera (2019) en su tesis de maestría titulada: *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes*, tuvo el objetivo: Determinar la calidad del servicio y la satisfacción al cliente de la empresa Greenandes. En cuanto al tipo de investigación, este fue cuantitativo, de nivel descriptivo y de alcance deductivo; así su población y muestra estuvo conformada por 180 clientes exportadores, para abstraer información se aplicó la guía de observación como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: La calidad del servicio ofrecido por Greenandes no cumple con las expectativas de sus clientes, puesto que las áreas de fiabilidad y capacidad de respuesta muestran brechas significativas y negativas que deben ser reducidas, para lograr ello es necesario mejorar los procesos y asignar responsabilidades claras a cada departamento que interactúa con los clientes, así mismo, se deben establecer estrategias de servicio dirigidas específicamente a los clientes que exportan. Concluyó que la calidad del servicio desempeña un papel crucial en la satisfacción de los clientes exportadores de Greenandes estos clientes tienen necesidades específicas y a menudo operan en entornos altamente competitivos, valoran no solo la calidad de los productos que adquieren, sino también la experiencia general que reciben al interactuar con la empresa, una alta calidad en el servicio implica no solo cumplir con las expectativas en términos de productos entregados, tiempos de entrega y precios competitivos, sino también ofrecer un nivel excepcional de atención al cliente, comunicación clara y eficiente, y soluciones rápidas y efectivas ante cualquier problema o solicitud.

Variable 2: Atención al cliente

Barrera et al. (2021) en su tesis de pregrado: *Propuesta de un plan de mejora de la atención al cliente por parte del equipo de ventas del almacén MC El Brasil del municipio de Santa Ana, departamento de Santa Ana*, tuvo el objetivo: Mejorar la atención al cliente en el nivel de ventas de la MC El Brasil del municipio de Santa Ana. En cuanto al tipo de

investigación, este fue cuantitativo, de nivel exploratoria observacional, diseño no experimental -transversal; así su población y muestra estuvo conformada por los 19 trabajadores del área de ventas del almacén, para abstraer información se aplicó la guía de observación como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: el 32% indicó que el mayor recurso de una empresa son los clientes, los cuales deben de ser atendidos con excelente calidad para que realicen sus adquisiciones frecuentemente y dejen a la empresa un margen de utilidades representativos para su evolución. Concluyó que la atención al cliente es un pilar fundamental en la existencia de la empresa, un servicio de calidad no solo consiste en el buen trato hacia los clientes sino también en las asesorías brindadas hacia los mismos, los trabajadores de la ferretería tienen un déficit en cuanto a estos fundamentos por ende los clientes no están enteramente satisfechos con su servicio lo cual podría causarle una mala imagen.

Rivera et al. (2019) en su tesis de pregrado: *Evaluación de la percepción de la atención al cliente de los usuarios de ferretería ACES, JEA S.A. de C.V. de la zona metropolitana de San Salvador, El Salvador*, tuvo el objetivo: Evaluar la percepción de la atención al cliente de los usuarios de ferretería ACES, JEA S.A. de C.V. de la zona metropolitana de San Salvador. En cuanto al tipo de investigación, este fue cuantitativo, de nivel explicativa correlacional, diseño no experimental -transversal; así su población y muestra estuvo conformada por 96 clientes, para abstraer información se aplicó la guía de entrevista como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: el vendedor se limita a ofrecer y no brinda un asesoramiento constante, que permita al cliente sentirse a gusto con un servicio garantizado, asimismo, en ocasiones el cliente se ha sentido inconforme por los errores del vendedor, al momento de tomar y despachar sus pedidos, además, la calidad de los productos ofertados por la empresa, no siempre reúne las condiciones de garantía y calidad que el cliente desea. Concluyó que la atención que brinda la empresa tan solo es buena, creando insatisfacción al cliente.

Gómez & Zambrano (2023) en su artículo científico: *Análisis de calidad y atención al cliente para la mejora del servicio en restaurantes - Parroquia San Vicente*, tuvo el objetivo: Analizar la calidad y la atención al cliente para el mejoramiento del servicio. En cuanto al tipo de investigación, este fue cualitativo, de nivel exploratoria descriptiva, diseño no experimental -transversal; así su población y muestra estuvo conformada por 70 clientes, para abstraer información se aplicó el cuestionario como instrumento. Con esto se alcanzaron

los resultados: Sobre en las necesidades y expectativas satisfechas, el 41,4% están parcialmente en desacuerdo, el 28,6% ni están en desacuerdo ni de acuerdo, el 7,1% están parcialmente de acuerdo, y el 18,6% están totalmente de acuerdo en que los platillos dispuestos son iguales a los de la publicidad; por otro lado, respecto a la velocidad del servicio recibido en los restaurantes, el 27,1% están totalmente en desacuerdo, el 7,1% están parcialmente en desacuerdo, el 32,9% ni están en desacuerdo ni de acuerdo, el 5,7% están parcialmente de acuerdo, y el 27,1% están de acuerdo. Concluyó que la mayoría de los restaurantes ofrecen un servicio de calidad deficiente, posiblemente debido a la falta de capacitación continua por parte de sus propietarios, lo que resulta en un conocimiento obsoleto con el tiempo.

Nacional

Variable 1: Calidad de servicio

Dominguez (2022) en su tesis de pregrado: *Propuesta de mejora de calidad de servicio y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector del servicio rubro hospedajes de la provincia de Zarumilla, 2022*, tuvo el objetivo: Determinar si la propuesta de mejora de calidad de servicio y atención al cliente permite un óptimo funcionamiento en las micro y pequeñas empresas del sector del servicio rubro hospedajes de la provincia de Zarumilla, 2022. En cuanto al tipo de investigación, este fue cuantitativo, de nivel descriptivo de propuesta, diseño no experimental –transversal; así su población y muestra estuvo conformada por 384 clientes, para abstraer información se aplicó un cuestionario como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: desde la visión de la clientela se tiene que, el 39% cumple con los estándares de servicio, el 40% implementa prácticas de organización efectivas, el 27% está en desacuerdo con la asignación de recursos, el 33% ha identificado a sus competidores directos, el 35% considera que otra empresa podría ofrecer servicios superiores el 26% mantiene registros de Base de Datos, el 27% asegura que la empresa cumple con las normativas de procedimiento, lo que reduce los riesgos de seguridad laboral, el 33% percibe que la empresa desarrolla estrategias de comunicación efectivas, el 39% opina que la empresa mantiene un buen contacto con sus clientes, el 26% a veces logra identificar las necesidades reales de los clientes, el 26% asegura que la empresa satisface las necesidades adecuadas de los clientes, el 26% indica que a veces el servicio es flexible y el 27% considera que la atención brindada cumple con sus expectativas de satisfacción del cliente. Concluyó que las empresas del rubro hospedaje se poseen deficiencias en cuanto a

la calidad de servicio y atención de los clientes.

Cabrera (2023) en su tesis de pregrado: *Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023*, tuvo el objetivo: Establecer una propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco, 2023. En cuanto al tipo de investigación, este fue cuantitativo, de nivel descriptivo, diseño no experimental –transversal; así su población y muestra estuvo conformada por 73 comensales, para abstraer información se aplicó un cuestionario como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: en lo físico, el 58.9% casi siempre se sienten cómodos con la apariencia del personal; en la fiabilidad, el 57.5% a veces considera que el conocimiento de los empleados es adecuado al realizar su trabajo; en la capacidad de respuesta, el 71.2% del restaurante cuenta con atractivos para niños, como juegos de recreación; en la empatía, el 86.3% percibe que los trabajadores muestran cortesía y amabilidad en la atención; en la comunicación, el 54.8% casi siempre encuentra que el precio de los platos ofrecidos está en consonancia con el servicio brindado por el establecimiento; en la transparencia, el 98.6% del restaurante cumple con los pedidos relacionados con las necesidades del cliente; y en las expectativas, el 82.2% casi siempre encuentra que el tiempo de espera para la entrega de su pedido es el esperado. Concluyó que la propuesta de calidad de servicio conlleva a la satisfacción de los clientes.

Vasquez (2022) en su tesis de pregrado *Propuesta de mejora en la calidad del servicio para la sostenibilidad en el rubro salud caso: Centro de Salud Mental Comunitario El Sol, Imperial-Cañete, 2022*, tuvo el objetivo: Determinar a propuesta de mejora en la calidad del servicio para la sostenibilidad en el rubro salud caso: Centro de Salud Mental Comunitario el Sol, Imperial-Cañete, 2022. En cuanto al tipo de investigación, este fue cuantitativo, de nivel descriptivo de propuesta, diseño no experimental –transversal; así su población y muestra estuvo conformada por 50 colaboradores, para abstraer información se aplicó un cuestionario como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: en relación a la calidad del servicio, los usuarios expresaron que perciben instalaciones poco aseadas, falta de compromiso por parte de la dirección para resolver ciertos problemas; asimismo, opinaron que los colaboradores no muestran desempeño y disponibilidad satisfactorios, la atención en ocasiones no es individualizada y, por último, señalaron que hay pocas consideraciones en cuanto a la programación de horarios para las citas en el centro de salud.

Concluyó que la propuesta se centró en establecer un horario de atención al usuario para considerar sus sugerencias, así como en la implementación del reglamento interno de trabajo para organizar las funciones por servicio.

Variable 2: Atención al cliente

Mezones (2020) en su tesis de pregrado: *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020*, tuvo el objetivo: Determinar las características de la gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE ferretería de Frías, año 2020. En cuanto al tipo de investigación, este fue cuantitativo, de nivel descriptivo, diseño no experimental –transversal; así su población y muestra estuvo conformada por 195 clientes, para abstraer información se aplicó un cuestionario como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: respecto a los componentes de la gestión de calidad que el 100% de los encuestados considera que las MYPE cuentan con los recursos necesarios para operar el negocio, así mismo a los beneficios de la gestión de calidad el 100% no conoce el comportamiento del público objetivo, del mismo modo a los factores en la atención al cliente se determinó que el 100% de los encuestados considera que los vendedores de las MYPE si ejercen su trabajo con total profesionalismo. Concluyó que, las estrategias de la atención son buenas, razón por la cual todos los encuestados considera que la atención brindada por las MYPE es la adecuada.

Valdivieso (2020) en su investigación pregrado: *Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Huaral, 2019*, tuvo el objetivo: Proponer las mejoras de atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en los micros y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferretería del Distrito de Huaral, 2019. En cuanto al tipo de investigación, este fue cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental -transversal; así su población y muestra estuvo conformada por 11 mypes, para abstraer información se aplicó un cuestionario como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: 36 % promueve la calidad de servicio a través de la orientación a la satisfacción al cliente, encontrando en su mayoría que son los planes estratégicos que no presenta manuales para orientar a la satisfacción al cliente, así mismo, 18% casi siempre oferta productos con precios adecuados al mercado y 46 % aplica estándares de limpieza y mantenimiento en el local; los procedimientos de atención de sus clientes, son a veces considerados en las actividades programadas por la empresa y están

dando resultados favorables, en donde 55 % casi siempre absuelve las dudas a los clientes., teniendo muy poca la apreciación de reconocimiento de sus clientes el 36%. Concluyó que la falta de una guía para la mejora en atención al cliente y reforzar la variable sostenibilidad de emprendimiento en sus tres dimensiones social, económicas y ambiental.

Icanaque (2021) en su tesis de pregrado: *Características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Ferretería y Negocios Generales Arcadio S.A.C del distrito de Sullana*, tuvo el objetivo: Determinar las características de la Gestión de calidad y atención al cliente de la Ferretería y Negocios Generales Arcadio S.A.C del distrito de Sullana. En cuanto al tipo de investigación, este fue cuantitativo, nivel descriptivo, diseño no experimental - transversal; así su población y muestra estuvo conformada por 68 clientes y 5 trabajadores, para abstraer información se aplicó un cuestionario como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: el 60% de los trabajadores manifestó que la empresa siempre tiene sus metas definidas, el 60% de los trabajadores señaló que en la ferretería siempre realiza inspecciones para evitar que productos defectuosos lleguen al cliente, por otro lado, del total de clientes encuestados el 72,1 % señaló que siempre considera que el servicio es apropiado y en tanto que el 38,2% señaló que casi nunca se considera un cliente lea. Concluyó que la ferretería tiene sus metas definidas, ejecuta constantemente inspecciones de los productos, los clientes consideran que el servicio es apropiado, pero pocos se consideran clientes leales.

Regional y/ local

Variable 1: Calidad de servicio

Zarzosa (2022) en su tesis de pregrado: *La gestión de calidad bajo el enfoque de calidad de servicio y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro venta de artículos de abarrotes por mayor y mayor en las tiendas de empresas distribuidoras del distrito de Huaraz*, tuvo el objetivo: Describir las principales características de la gestión de calidad bajo el enfoque de calidad de servicio y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro venta de artículos de abarrotes por mayor y mayor en tienda de empresas distribuidoras del distrito de Huaraz. En cuanto al tipo de investigación, este fue cuantitativo, de nivel descriptivo, diseño no experimental –transversal; así su población y muestra estuvo conformada por 30 mypes, para abstraer información se aplicó un cuestionario como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: en relación a la variable gestión de calidad, el 46.7% indican que están familiarizados con el concepto de gestión de calidad,

mientras que el 50% afirman que la técnica moderna de gestión de calidad que más conocen es el Benchmarking; respecto a la variable calidad de servicio, el 53.3% están completamente de acuerdo en que su negocio debe contar con un plan de negocios definido, y el 63.3% consideran esencial establecer los criterios y estrategias que formarán parte del servicio a ofrecer. Concluyó que se han delineado las características clave de la gestión de calidad desde la perspectiva del servicio en las micro y pequeñas empresas estudiadas.

Ramirez (2023) en su tesis de pregrado: *Propuestas de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald De Huaraz, 2021*, tuvo el objetivo: Determinar las propuestas de mejora de la calidad de servicio para la gestión de calidad en las micro y pequeñas empresas rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald de Huaraz 2021. En cuanto al tipo de investigación, este fue cuantitativo, de nivel descriptivo, diseño no experimental –transversal; así su población y muestra estuvo conformada por 21 colaboradores de 4 alojamientos, para abstraer información se aplicó un cuestionario como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: se tiene que en relación a las tres dimensiones: Normalización, con un porcentaje del 76,20% sobre el dominio de nuevos métodos durante el desarrollo de sus tareas; Certificación, con un 71,40% en referencia a la construcción de la confianza del cliente; y Acreditación, con un 100% en lo concerniente a la evaluación de la calidad del servicio. Concluyó que la mayoría de los colaboradores de las micro y pequeñas empresas están familiarizados con el concepto de calidad de servicio y lo aplican en su trabajo diario, además, señalan que cada interacción con los clientes les brinda nuevas oportunidades de aprendizaje.

Ala (2022) en su tesis de pregrado: *Propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021*, tuvo el objetivo: Determinar si la propuesta de mejora de la calidad de servicio permite la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021. En cuanto al tipo de investigación, este fue cuantitativo, de nivel descriptivo de propuesta, diseño no experimental –transversal; así su población y muestra estuvo conformada por 46 representantes, para abstraer información se aplicó un cuestionario como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: el 71,70% de las empresas cumplen con lo prometido dentro del plazo acordado, el 89,10% ofrecen un servicio seguro para mejorar

la fiabilidad de la calidad del servicio, el 67,40% demuestran comprensión de las necesidades de los clientes, el 65,20% aseguran que sus trabajadores siempre transmiten confianza con una buena presencia, el 65,20% aseguran que sus trabajadores siempre están disponibles, el 78,30% disponen de instalaciones y equipos adecuados para proporcionar el servicio, y el 69,60% utilizan materiales de comunicación visualmente atractivos en los restaurantes. Concluyó que la mayoría de los representantes están trabajando en el desarrollo de los indicadores de calidad de servicio para garantizar la sostenibilidad de los negocios.

Variable 2: Atención al cliente

Aspilcueta (2020) en su tesis de pregrado: *Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa*, tuvo el objetivo: Determinar las características de la gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa. En cuanto al tipo de investigación, este fue cuantitativo, de nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal; así su población estuvo conformada por 100 mype con una muestra del 50%, para abstraer información se aplicó un cuestionario como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: el 56% de los encuestados menciona que tienen conocimientos básicos sobre la gestión de calidad, el 94% de los encuestados si cuentan con conocimiento sobre la atención al cliente, por último, el 56% de los encuestados si priorizan el factor de calidad en la rapidez en la entrega de los productos dentro de su giro de negocio. Concluyó que la mayoría de los representantes de las ferreterías si conocen el termino de gestión de calidad, de atención al cliente y tienen como principal factor de calidad la rapidez en la entrega del producto.

Palma (2020) en su tesis de pregrado: *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, distrito de Huaraz*, tuvo el objetivo: Escribir las principales características de la Gestión de Calidad bajo el enfoque de atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares del Distrito de Huaraz. En cuanto al tipo de investigación, este fue cuantitativo, de nivel descriptivo, diseño no experimental – transversal; así su población y muestra estuvo conformada por 32 establecimientos, para abstraer información se aplicó un cuestionario como instrumento.

Con esto se alcanzaron los resultados: en cuanto a la gestión de calidad, el 53.13% señaló que siempre toman acciones para mejorar continuamente el desempeño de los procesos, 56.25% de los gerentes comunican el proceso de mejora a todos los integrantes de la empresa; mientras que en cuanto a la variable, el 68.74% de los empresarios señaló que los equipos que utilizan están de acuerdo al avance de la tecnología, el 62.50% siempre cumplen con las expectativas del cliente, el 71.87% afirmaron que los clientes de la empresa son tratados con amabilidad, el 68.75% manifestaron que la empresa se interesa por conocer al detalle las necesidades de los clientes. Concluyó que las empresas estudiadas son organizaciones de confianza y cumplen con el trabajo encomendado.

García (2023) en su tesis de pregrado: *Propuesta de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boticas del distrito de Llamellin, Ancash, 2022*, tuvo el objetivo: Establecer una propuesta de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boticas del distrito de Llamellin, Ancash, 2022. En cuanto al tipo de investigación, este fue cuantitativo, de nivel descriptivo de propuesta, diseño no experimental –transversal; así su población y muestra estuvo conformada por 4 dueños y 385 clientes, para abstraer información se aplicó un cuestionario como instrumento. Con esto se alcanzaron los resultados: desde el enfoque de los dueños, se tiene que el 50% de los encuestados siempre tienen claros tanto los objetivos como las metas organizacionales, asimismo, el 75% de encuestados siempre disponen de un manual de procesos; por otro lado, desde el enfoque de clientes, el 50.91% de encuestados a veces encuentra discrepancias con aspectos como el precio, la calidad y el servicio, además, el 55.32% de encuestados a veces no se siente satisfecho con el servicio proporcionado por las boticas. Concluyó que los propietarios implementen nuevas estrategias para abordar estas deficiencias y mejorar las expectativas de los clientes.

2.2. Bases teóricas

Variable 1: Calidad de servicio

De acuerdo con Ferrer & Ruiz (2022), la calidad del servicio se define como la atención brindada por personas hacia los consumidores y/o usuarios que desean beneficiarse del servicio, en este sentido, entender las necesidades y percepciones de los clientes es crucial para proporcionar una experiencia satisfactoria. Una vez identificadas estas necesidades, es importante trabajar en el enfoque que se desea ofrecer, manteniendo una

organización estructurada y distribuida de manera racional para garantizar la satisfacción del consumidor, tanto interno como externo. Además, la calidad del servicio está influenciada por la forma en que la organización forma a sus colaboradores, quienes desempeñan un papel crucial al interactuar con los clientes. La amabilidad y la eficiencia del equipo son elementos fundamentales que contribuyen a la primera impresión que se genera y que influyen en la percepción del cliente sobre el producto y el servicio ofrecido.

Por otro lado, según Bruhn (2023), la calidad del servicio implica garantizar una atención adecuada, lo cual convierte a las organizaciones en entidades eficaces al cumplir con estas dos cláusulas fundamentales de interrogar y atender. Este compromiso debe ser asumido por toda la organización, ya que cada miembro es partícipe de este proceso. La organización desempeña un papel crucial para mejorar los resultados, requiriendo la capacidad de todos los colaboradores. Medir la calidad del servicio en un producto tangible es más sencillo, ya que puede ser conceptualizado y evaluado de manera más objetiva. Sin embargo, surge un desafío cuando se trata de la percepción de las personas, la cual puede variar dependiendo de cómo perciban la calidad del servicio, desde el momento en que experimentan los aspectos sensoriales como los olores y lo visual. Por lo tanto, es fundamental comprender claramente quién es nuestro público objetivo para poder enfocarnos con mayor precisión en satisfacer sus necesidades.

Dimensión 1: Tangibilidad

Esta dimensión se refiere a la percepción que tienen los clientes sobre la apariencia física de los elementos tangibles del servicio, como las instalaciones, equipos, materiales de comunicación y la apariencia del personal. La tangibilidad influye en la credibilidad y confianza que los clientes tienen en la organización. La presencia de instalaciones limpias y bien mantenidas, equipos modernos y personal bien presentado puede mejorar la percepción de la calidad del servicio (Bustamante et al., 2020).

Indicador 1: Estado de las instalaciones

Este indicador se refiere al estado físico y visual de las instalaciones donde se proporciona el servicio. Incluye aspectos como la limpieza, el orden, la conservación y el ambiente general de las instalaciones. Las instalaciones bien mantenidas y atractivas pueden influir positivamente en la percepción de calidad del servicio por parte de los clientes, transmitiendo una imagen de profesionalismo y preocupación por su bienestar (Castellano & González, 2020).

Indicador 2: Equipos y materiales

Este indicador se centra en la calidad, la funcionalidad y la modernidad de los equipos, herramientas y materiales utilizados en la prestación del servicio. Incluye elementos como la tecnología utilizada, la durabilidad de los equipos, la calidad de los materiales utilizados en la fabricación de productos o en la ejecución de servicios, y la disponibilidad de recursos necesarios para ofrecer un servicio óptimo. La presencia de equipos modernos y bien mantenidos puede aumentar la eficiencia y la eficacia en la entrega del servicio (Pincay & Parra, 2020).

Indicador 3: Presentación del personal

Este indicador se refiere a la apariencia y el comportamiento del personal que interactúa directamente con los clientes. Incluye aspectos como la vestimenta, la higiene personal, la actitud y el lenguaje corporal. La presentación del personal puede influir significativamente en la percepción de profesionalismo y confiabilidad por parte de los clientes. Un personal bien presentado y con una actitud amable y servicial puede generar una experiencia positiva y fortalecer la relación con el cliente (Castellano & González, 2020).

Dimensión 2: Fiabilidad

La fiabilidad se relaciona con la capacidad de la organización para proporcionar el servicio prometido de manera consistente y precisa. Implica la capacidad de cumplir con las expectativas del cliente en términos de horarios, precisión y calidad del servicio. La fiabilidad contribuye a la confianza del cliente en la organización y a la reducción de la incertidumbre (Bustamante et al., 2020).

Indicador 1: Cumplimiento de plazos

Este indicador se refiere a la capacidad de la organización para cumplir con los horarios y plazos acordados con los clientes. Implica la puntualidad en la entrega de servicios, la finalización de proyectos o la realización de actividades dentro del tiempo previsto. Un alto nivel de cumplimiento de horarios y plazos demuestra la consistencia y confiabilidad de la organización en la entrega de sus compromisos (Silva et al., 2021).

Indicador 2: Precisión en la ejecución del servicio

La precisión en la ejecución del servicio se relaciona con la capacidad de la organización para realizar sus tareas de manera exacta y sin errores. Implica la atención a

los detalles y la exactitud en la ejecución de actividades relacionadas con el servicio. Un indicador positivo de este aspecto sugiere que la organización puede brindar un servicio de alta calidad de manera consistente (Pincay & Parra, 2020).

Indicador 3: Comunicación proactiva

La transparencia y la comunicación proactiva son esenciales para demostrar la fiabilidad de la organización. Implica proporcionar información clara y oportuna a los clientes sobre cualquier cambio, retraso o problema que pueda afectar la entrega del servicio. Una comunicación proactiva y transparente ayuda a mantener informados a los clientes y a gestionar sus expectativas de manera efectiva, lo que contribuye a fortalecer su confianza en la organización (Castellano & González, 2020).

Dimensión 3: Capacidad de respuesta

Esta dimensión se refiere a la disposición y rapidez con la que la organización responde a las necesidades y solicitudes de los clientes. Implica la atención inmediata a las consultas, quejas o requerimientos de los clientes, así como la disposición para adaptarse a sus necesidades cambiantes. Una alta capacidad de respuesta puede mejorar la satisfacción del cliente y fortalecer la relación con la organización (Bustamante et al., 2020).

Indicador 1: Disponibilidad y accesibilidad del personal

La disponibilidad y accesibilidad del personal se relacionan con la disponibilidad de recursos humanos capacitados y bien informados para atender las necesidades y consultas de los clientes. Implica la capacidad de respuesta inmediata del personal a través de diferentes canales de comunicación, como teléfono, correo electrónico o chat en línea. La medición de este indicador puede involucrar la evaluación de la tasa de disponibilidad del personal y la evaluación de la rapidez con la que se responde a las consultas de los clientes (Castellano & González, 2020).

Indicador 2: Flexibilidad en la prestación del servicio

Este indicador se refiere a la capacidad de la organización para adaptarse a las necesidades y preferencias individuales de los clientes. Implica la disposición para realizar ajustes en la prestación del servicio, como cambios en los horarios de atención, personalización de productos o servicios, o la implementación de soluciones alternativas para satisfacer las necesidades específicas de los clientes. La medición de este indicador puede realizarse mediante encuestas de satisfacción del cliente para evaluar la percepción de

los clientes sobre la flexibilidad de la organización en la prestación del servicio (Silva et al., 2021).

Indicador 3: Capacidad para resolver problemas y quejas

La capacidad de la organización para identificar y resolver problemas y quejas de manera efectiva es otro indicador clave de capacidad de respuesta. Implica proporcionar respuestas rápidas, soluciones adecuadas y compensaciones justas para abordar los problemas y quejas planteados por los clientes. La medición de este indicador puede involucrar el seguimiento del tiempo de resolución de problemas y quejas, así como la evaluación de la satisfacción del cliente con las soluciones proporcionadas (Pincay & Parra, 2020).

Dimensión 4: Seguridad

La seguridad se relaciona con la percepción del cliente sobre la confiabilidad y protección que ofrece la organización durante la prestación del servicio. Incluye aspectos como la seguridad en las transacciones financieras, la privacidad de la información personal del cliente y la prevención de riesgos físicos o emocionales. La seguridad contribuye a generar confianza y tranquilidad en los clientes (Bustamante et al., 2020).

Indicador 1: Privacidad y confidencialidad

Este indicador se refiere a la protección de la información personal y confidencial de los clientes durante la interacción con la organización. Implica garantizar que la información del cliente se maneje de manera segura y confidencial, protegiéndola contra el acceso no autorizado o el uso indebido. Los indicadores pueden incluir la implementación de políticas de privacidad, la encriptación de datos, el acceso restringido a la información y la capacitación del personal en prácticas de protección de datos (Silva et al., 2021).

Indicador 2: Seguridad en transacciones

Este indicador se relaciona con la seguridad y la integridad de las transacciones financieras y los pagos realizados por los clientes. Implica garantizar la protección de los datos financieros y la prevención de fraudes y actividades fraudulentas durante las transacciones. Los indicadores pueden incluir el uso de tecnologías de seguridad en línea, como el cifrado SSL, la autenticación de dos factores y la conformidad con los estándares de seguridad de la industria (Silva et al., 2021).

Indicador 3: Transparencia

Este indicador se refiere a la comunicación clara y transparente por parte de la organización sobre las medidas de seguridad implementadas y los procedimientos de respuesta ante situaciones de emergencia. Implica proporcionar información detallada y actualizada sobre las políticas de seguridad, los protocolos de actuación y las medidas de prevención de riesgos a los clientes, para que puedan tomar decisiones informadas y sentirse seguros y protegidos durante la interacción con la organización. Los indicadores pueden incluir la disponibilidad de información sobre seguridad en el sitio web de la empresa, la capacitación del personal en comunicación de seguridad y la realización de simulacros de emergencia periódicos (Castellano & González, 2020).

Dimensión 5: Empatía

La empatía se refiere a la capacidad de la organización para comprender y responder adecuadamente a las necesidades emocionales y psicológicas de los clientes. Implica mostrar sensibilidad, comprensión y preocupación genuina por los clientes, así como adaptar el servicio para satisfacer sus necesidades individuales. La empatía puede fortalecer el vínculo emocional entre la organización y los clientes, mejorando su satisfacción y lealtad (Bustamante et al., 2020).

Indicador 1: Escucha activa

Este indicador se refiere a la capacidad de la organización para escuchar activamente las necesidades, preocupaciones y opiniones de los clientes, y para demostrar una comprensión genuina de sus puntos de vista. Implica proporcionar atención personalizada y dedicada a cada cliente, mostrando interés por sus inquietudes y demostrando empatía hacia sus experiencias. Los indicadores pueden incluir la utilización de técnicas de escucha activa, como hacer preguntas abiertas, para comprender completamente las necesidades y expectativas de los clientes (Pincay & Parra, 2020).

Indicador 2: Atención personalizada

La atención personalizada se relaciona con la capacidad de la organización para adaptarse a las necesidades individuales de cada cliente y proporcionar soluciones personalizadas que se ajusten a sus preferencias y circunstancias específicas. Implica tratar a cada cliente como único y especial, brindándoles un trato personalizado y haciendo esfuerzos adicionales para satisfacer sus necesidades. Los indicadores pueden incluir el

seguimiento de las preferencias y solicitudes individuales de los clientes, así como la adaptación de los servicios ofrecidos para satisfacer sus necesidades específicas (Castellano & González, 2020).

Indicador 3: Actitud amable y servicial

Este indicador se refiere a la actitud y el comportamiento del personal de la organización hacia los clientes, caracterizados por la amabilidad, la cortesía y la disposición para ayudar. Implica tratar a los clientes con respeto y cortesía en todo momento, incluso en situaciones difíciles o desafiantes. Los indicadores pueden incluir la evaluación de la actitud y el lenguaje corporal del personal, así como la capacidad para manejar situaciones difíciles con calma y profesionalismo (Castellano & González, 2020).

Variable 2: Atención al cliente

Según lo definido por Mateos (2019) la atención al cliente es el resultado de la actuación de la empresa por medio de su personal en el proceso de comunicación con el cliente en antes, durante y después de la venta de un bien o servicio; los esfuerzos emprendidos por la empresa para mejorar la atención del cliente son percibidos por estos, lo cual por lo general ocasiona un mayor grado de satisfacción y fortalece el vínculo entre cliente – empresa.

La atención al cliente adicionalmente permite a las empresas el identificar aquellas características altamente valoradas por los clientes, siendo esta información útil para que puedan emprenderse cambios a fin de mejorar el nivel de satisfacción de un grupo mayor de clientes. Ello lleva consigo que el personal de la empresa se capacite para poder brindar una comunicación efectiva con los clientes acerca de las necesidades, quejas, problemas e inquietudes relacionados a lo ofrecido por la empresa; en la actualidad la atención al cliente no solo es un concepto aplicado a un área o sector de la empresa, sino que involucra a todos los colaboradores de esta con la finalidad de brindar una buena imagen a la sociedad en general (López, 2019).

Dimensión 1: Amabilidad

La amabilidad es elemento esencial para que pueda surgir una buena comunicación entre la empresa y los clientes, es por ello que los trabajadores deberán de cumplir con esta característica para que los clientes se sientan escuchados y sientan que se puede dar solución a sus inconvenientes e incidentes. En el caso de las empresas prestadoras de servicios

(mediante alquiler, suscripción u otras modalidades) este valor permite solucionar los incidentes presentados sin perder la confianza y la empatía con el cliente, es en este sentido es que dentro de las estrategias o lineamientos seguidos por el área de marketing se encuentran un conjunto de normas y protocolos que enfatizan el atender a los clientes con respeto y amabilidad, asegurando los estándares mínimos necesarios para lograr una buena comunicación con los clientes. La ausencia de un trato amable y con respeto puede ocasionar la pérdida de los clientes a pesar de que el producto o servicio sea de calidad y con un bajo costo debido a que los clientes requieren sentirse cómodos y escuchados por la empresa y la ausencia de estos elementos no los hace sentirse valorados; es a razón de ello que cuando las empresas poseen a una gran cantidad de competidores escatiman esfuerzos para lograr mejorar la atención del servicio y de esta manera puedan captar a los clientes de la competencia. Es a partir de ello que se dio vida a la frase “el cliente siempre tiene la razón”, por lo cual es necesario que se establezcan los lineamientos, normativas y políticas de cómo se debe de realizar la atención a los clientes, las cuales deben de ser claras para todo el personal y especialmente para aquellos que interactúan de manera directa con estos (Mateos, 2019).

Indicador 1: Cualidades del trabajador

Este indicador se refiere a las características personales y habilidades sociales del empleado que influyen en su capacidad para tratar a los clientes con amabilidad y cortesía. Algunas cualidades relevantes podrían incluir la paciencia, la empatía, la amabilidad natural, la actitud positiva, la capacidad de escucha activa y la capacidad para manejar situaciones difíciles con calma y profesionalismo. Los trabajadores que poseen estas cualidades son más propensos a brindar un servicio al cliente excepcional y a generar experiencias positivas para los clientes (Torres, 2019).

Indicador 2: Cordialidad con el cliente

Este indicador se centra en la capacidad del trabajador para establecer y mantener relaciones cordiales y amigables con los clientes. Implica saludar a los clientes con una sonrisa, utilizar un lenguaje y tono de voz amigables, mantener una postura abierta y receptiva, y demostrar un interés genuino en ayudar al cliente. La cordialidad con el cliente crea un ambiente acogedor y confortable que facilita una interacción positiva y satisfactoria (López, 2020).

Dimensión 2: Disposición previa

Esta dimensión se enfoca en la predisposición que tienen los trabajadores y personal de atención al cliente para la ejecución de una tarea o actividad, siendo en el caso de la atención al cliente la voluntad que poseen los trabajadores para interactuar con los clientes y para ser capacitados en temas relacionados a la atención de clientes; es mediante este conjunto de acciones que los colaboradores mejoran sus competencias en la atención a los clientes, de modo que en la puesta en práctica se muestra una imagen más profesional, amable y respetuosa capaz de solucionar los incidentes o problemas descritos por los clientes. Esta dimensión a su vez se ve afectada por el clima y cultura organizacional debido a que estos afectan a la motivación del personal, siendo que el personal que no se sienta motivado ve su disposición afectada de manera negativa, mientras que un trabajador motivado e incentivado tendrá la disposición de mejorar su desempeño y atender de manera adecuada a los clientes. Dentro del clima organizacional y su cultura se tienen a las normas, políticas, lineamientos e incentivos dentro del cumplimiento de las funciones siendo que todas las mencionadas repercuten de manera directa en el comportamiento de los colaboradores (Mateos, 2019).

Indicador 1: Conocimientos del trabajador

Este indicador se refiere al nivel de competencia y experiencia que tiene el trabajador para abordar las necesidades y consultas de los clientes. Implica tener un conocimiento profundo de los productos o servicios que ofrece la empresa, así como de los procesos y políticas relacionadas con el servicio al cliente. Los trabajadores con un alto nivel de conocimientos son capaces de proporcionar respuestas precisas, resolver problemas de manera eficiente y ofrecer recomendaciones útiles a los clientes, lo que contribuye a una experiencia positiva para el cliente (Torres, 2019).

Indicador 2: Ambiente de trabajo agradable

Este indicador se enfoca en el entorno en el que trabaja el empleado y cómo esto afecta su disposición para atender a los clientes de manera efectiva. Un ambiente de trabajo agradable se caracteriza por un clima laboral positivo, relaciones interpersonales saludables entre los empleados, una cultura organizacional que valora el bienestar del personal y proporciona recursos y apoyo adecuados para realizar el trabajo. Cuando los empleados se sienten cómodos, motivados y apoyados en su entorno laboral, están más dispuestos y capacitados para brindar un servicio al cliente excepcional (López, 2020).

Dimensión 3: Implicancia en la respuesta

Esta dimensión corresponde al involucramiento del personal en la resolución del problema o incidente producto de la interacción del cliente, la cual involucra la empatía y el nivel de atención que ofrece el trabajador hacia el cliente; de esta manera el trabajador se siente identificado con el cliente y busca dar una respuesta favorable a este. En esta dimensión se trabaja principalmente la empatía, puesto que algunos clientes requieren de información, orientaciones o explicaciones más allá de la simple solución propuesta por la empresa, lo cual puede parecer una pérdida de tiempo para el trabajador pero que puede garantizar la fidelidad del cliente (Mateos, 2019).

Indicador 1: Empatía en la atención

Este indicador se refiere a la capacidad del trabajador para comprender y compartir los sentimientos y preocupaciones del cliente. Implica ponerse en el lugar del cliente, mostrar sensibilidad hacia sus emociones y tratar sus inquietudes con comprensión y consideración. La empatía en la atención implica escuchar activamente al cliente, validar sus sentimientos y demostrar genuino interés en ayudar a resolver sus problemas o necesidades (Torres, 2019).

Indicador 2: Interacción con el cliente

Este indicador se centra en la calidad y efectividad de la comunicación y la interacción entre el trabajador y el cliente. Implica mantener una comunicación clara, abierta y fluida con el cliente, ofreciendo respuestas claras y concisas a sus preguntas y preocupaciones. Además, implica brindar seguimiento adecuado durante toda la interacción, asegurándose de que el cliente se sienta escuchado, valorado y bien atendido. Una interacción positiva con el cliente contribuye a fortalecer la relación entre la empresa y el cliente, así como a mejorar la percepción del servicio al cliente (López, 2020).

Dimensión 4: Servicio al cliente

El servicio al cliente es una dimensión fundamental de la atención al cliente que se refiere a la calidad y eficacia con la que una empresa o entidad atiende las necesidades, consultas, quejas o requerimientos de sus clientes. Se trata de un conjunto de acciones, procesos y políticas diseñadas para garantizar la satisfacción del cliente y fomentar relaciones positivas entre la empresa y sus clientes. El servicio al cliente implica más que simplemente responder preguntas o resolver problemas; también abarca la creación de experiencias positivas para el cliente en cada punto de contacto con la empresa. Esto incluye

desde el primer contacto, como una llamada telefónica o una visita a una tienda, hasta el seguimiento después de la venta (Mateos, 2019).

Indicador 1: Asesoramiento adecuado

Este indicador se refiere a la capacidad del trabajador para proporcionar información precisa, relevante y útil a los clientes. Implica comprender las necesidades y preferencias del cliente, así como tener un conocimiento profundo de los productos o servicios ofrecidos por la empresa. Los empleados deben ser capaces de asesorar a los clientes sobre las opciones disponibles, ayudarles a tomar decisiones informadas y ofrecer recomendaciones personalizadas que satisfagan sus necesidades específicas. El asesoramiento adecuado contribuye a fortalecer la confianza del cliente en la empresa y a mejorar su experiencia de compra (Torres, 2019).

Indicador 2: Satisfacción esperada

Este indicador se centra en la capacidad de la empresa para cumplir y superar las expectativas del cliente en términos de calidad del servicio y satisfacción general. Implica garantizar que los productos o servicios cumplen con los estándares de calidad prometidos y que las experiencias de compra y atención al cliente sean positivas y satisfactorias. La satisfacción esperada se logra al ofrecer un servicio al cliente consistente, confiable y de alta calidad que cumpla con las necesidades y expectativas del cliente. Cuando los clientes experimentan niveles altos de satisfacción esperada, es más probable que vuelvan a hacer negocios con la empresa y que recomienden sus productos o servicios a otros (López, 2020).

Dimensión 5: Vocabulario adecuado

Esta última dimensión corresponde a la forma de expresarse y pronunciar las palabras por parte de los trabajadores, es necesario que estos cuenten con un vocabulario adecuado para comunicarse con los clientes, empleando adecuadamente palabras y jergas de uso común en el rubro en el cual se desempeña la empresa. Así mismo hace referencia al conjunto de reglas gramaticales propias del idioma español y que permiten expresarse adecuadamente. Las características asociadas al uso adecuado del vocabulario van mejorando con el paso del tiempo mediante el estudio, la interacción con clientes y otros trabajadores, las capacitaciones y las características de la empresa (Mateos, 2019).

Indicador 1: Facilidad en la comunicación

Este indicador se refiere a la capacidad del trabajador para comunicarse de manera

clara, efectiva y comprensible con los clientes. Implica utilizar un lenguaje sencillo y fácil de entender, evitar el uso de términos técnicos o jerga que puedan confundir al cliente, y adaptar el estilo de comunicación al nivel de comprensión del cliente. La facilidad en la comunicación facilita la interacción con el cliente, reduce la posibilidad de malentendidos y contribuye a una experiencia de servicio al cliente de manera más satisfactoria (Torres, 2019).

Indicador 2: Diálogo claro

Este indicador se centra en la claridad y la coherencia en la comunicación del trabajador con los clientes. Implica expresarse de manera precisa y concisa, proporcionar respuestas claras a las preguntas y preocupaciones del cliente, y evitar ambigüedades o malentendidos. Un diálogo claro ayuda a transmitir información de manera efectiva y a garantizar que el cliente comprenda completamente las respuestas y soluciones proporcionadas. Además, fomenta una comunicación abierta y fluida entre el trabajador y el cliente, lo que contribuye a una experiencia de servicio al cliente (López, 2020).

Marco conceptual

Interacción con el cliente. Refiere al intercambio de información llevado a cabo entre el trabajador que representa a la empresa y el cliente que cotiza, compra o devuelve un determinado producto, con el propósito de llegar a un acuerdo (Carvajal et al., 2019).

Post venta. Es el trato que se le da al cliente después de que haya comprado un bien o recibiera un servicio, de modo que la empresa pueda prestar asesoría, recoger consultas o quejas y entablar una comunicación personalizada (Arenal, 2019).

Imagen empresarial. Es la idea compuesta por opiniones, comportamientos y apreciaciones que tienen la mayoría de las personas respecto a una organización del sector empresarial, debido a los productos, servicios y atención que esta brinda o se supone que lo hace (Bellomo & Oszlak, 2020).

Calidad. Es el atributo que posee algún objeto o actividad, el cual permite establecer el valor de este o el nivel de satisfacción que puede producir en una persona (Chávez, 2020).

2.3. Hipótesis

Esta investigación no tuvo hipótesis, dado que solo se realizó la identificación de características de las variables calidad de servicio y atención al cliente; pues como bien

señala Monje (2019) solo se formulan hipótesis dentro de los estudios que efectúan pronósticos.

III. Metodología

3.1. Tipo, Nivel y Diseño de investigación

Tipo

La investigación fue de tipo cuantitativo, como señala Jelcic et al (2020) la investigación aplicada tiene como finalidad solucionar un problema específico, basándose en teoría existente para de acuerdo a esta generar nuevos conocimientos sobre una nueva realidad en estudio. Es decir, fue aplicada puesto que se buscó abordar la realidad de la Ferretería estudiada.

Enfoque

Cuantitativo, Gregory (2020) refiere que el enfoque cuantitativo parte de una primera etapa, siguiendo un orden, no se puede iniciar con una segunda o tercera etapa, mientras no se concluya la anterior, además, el o la responsable de la investigación deber ser sumamente objetivo para que su percepción no interfiera en el desarrollo del estudio. Por ende, fue cuantitativo puesto que se emplearon dos cuestionarios que puedan medir a las variables de manera numérica.

Nivel

Descriptivo, este nivel de estudio tiene como objetivo principal describir características o variables tal como se presentan en la realidad, este tipo de estudio, recolecta información detallada sobre el objeto de estudio para proporcionar una imagen clara y precisa de sus característica (Mukherjee, 2019). En este sentido fue descriptivo dado que se buscó describir las características de la variable calidad de servicio y atención al cliente.

De propuesta

Como refiere Gregory (2020) la investigación propuesta implica un proceso que consiste en identificar y abordar las deficiencias en relación a las variables de estudio, hecho que permitirá desarrollar un plan de mejora basado en los resultados, permitiendo al gerente implementar este con la finalidad de resolver los problemas encontrados. Es así, que en el presente estudio se elaboró una propuesta de acuerdo a la problemática encontrada en las variables de estudio para que el gerente de la Ferretería en estudio pueda implementarla.

Diseño

El diseño de investigación fue no experimental, dado que se evitó la manipulación

deliberada de las variables de estudio, asegurando así la integridad de la información recopilada en campo (Burke et al., 2019). Es decir, el investigador se centró en la observación del objeto de estudio, utilizando los parámetros de la variable para un análisis posterior.

Fue transversal, lo que se caracteriza por la recopilación de datos en un único momento (Hernández & Mendoza, 2019). En este sentido, la información se recolectó en un solo período temporal, lo que permitió capturar una instantánea de la situación en ese momento sin considerar cambios a lo largo del tiempo.

3.2. Población

Población

Serie de elementos o eventos que comparten similitudes y que son relevantes para llevar a cabo un estudio (Mukherjee, 2019). La población de estudio estuvo constituida por 81 clientes de la Ferretería Paredes del Distrito de Yungay, el cual es la cantidad promedio mensual de clientes.

Criterios de inclusión:

Clientes de la ferretería paredes ambos géneros.

Clientes de la ferretería paredes de las edades de entre los 18 a 65 años.

Clientes de la ferretería paredes que tengan 2 compras mínimo en el último año.

Criterios de exclusión:

Clientes de la ferretería paredes que no participen de manera voluntaria.

Clientes de la ferretería paredes que no respondan en su totalidad el cuestionario.

Muestra

Como indica Patel & Patel (2019), se denomina muestra a una cantidad significativa de elementos que mediante su estudio permiten llegar a conjeturas de carácter general. La muestra se determinó aplicando la fórmula para las poblaciones finitas.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Donde:

N =Total de la población

$Z= 1.96$, para un nivel de confianza del 95%

p = Probabilidad de éxito (0,05)

q =Probabilidad de fracaso (0,05)

e = Error de estimación

Por lo tanto, la muestra es:

$$n = 68 \text{ clientes}$$

3.3. Operacionalización de las variables

Variables	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala de medición	Categorías o valorización
Variable 1 Calidad de servicio	Se define como la atención brindada por personas hacia los consumidores y/o usuarios que desean beneficiarse del servicio, en este sentido, entender las necesidades y percepciones de los clientes es crucial para proporcionar una experiencia satisfactoria (Ferrer & Ruiz, 2022).	Tangibilidad	Estado de las instalaciones	Likert	Siempre= 5 Casi siempre= 4 Algunas veces= 3 Casi nunca= 2 Nunca = 1
			Equipos y materiales		
			Presentación del personal		
		Fiabilidad	Cumplimiento de plazos		
			Precisión en la ejecución del servicio		
			Comunicación proactiva		
		Capacidad de respuesta	Disponibilidad y accesibilidad del personal		
			Flexibilidad en la prestación del servicio		
			Capacidad para resolver problemas y quejas		
		Seguridad	Privacidad y confidencialidad		
			Seguridad en transacciones		
			Transparencia		
		Empatía	Escucha activa		
Atención personalizada					
Actitud amable y servicial					
Variable 2 Atención al cliente	Es el resultado de la actuación de la empresa por medio de su personal en el proceso de comunicación con el cliente en antes, durante y después de la venta de un bien o servicio (Mateos, 2019)	Amabilidad	Cualidades del trabajador	Likert	Siempre= 5 Casi siempre= 4 Algunas veces= 3 Casi nunca= 2 Nunca = 1
			Cordialidad con el cliente		
		Disposición previa	Conocimientos del trabajador		
			Ambiente de trabajo agradable		
		Implicancia en la respuesta	Empatía en la atención		
			Interacción con el cliente		
		Servicio al cliente	Asesoramiento adecuado		
			Satisfacción esperada		
		Vocabulario adecuado	Facilidad en la comunicación		
			Dialogo claro		

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica

De acuerdo con Patel & Patel (2019) las técnicas se seleccionan con el propósito de recopilar información, por lo que se eligen según el enfoque de la investigación además del propósito que se busca abordar en el estudio. La técnica que se empleó para recolectar información fue la encuesta que fue aplicada al grupo muestral que estuvo conformado por los clientes de la ferretería paredes. El cuestionario se aplicó para las variables calidad de servicio y atención al cliente, esta fue seleccionada porque está diseñada para obtener datos de varias personas cuyas opiniones objetivas son relevantes para el investigador

Instrumento

Concerniente a esto se utilizó el cuestionario, de acuerdo con Abutabenjeh & Jaradat (2018) este se basa en una serie de interrogaciones formuladas con base al tema de estudio y sus componentes. En esta investigación, se realizó una validación del cuestionario mediante el juicio de expertos, donde tres profesionales con grado de maestría o doctorado en administración indicaron que si es aplicable, además la confiabilidad de los cuestionarios se evaluó utilizando el coeficiente de Alfa de Cronbach donde se obtuvo como resultado en calidad de servicio 0.907 y en atención al cliente 0.911, cabe mencionar que se utilizó un cuestionario que consta de 30 ítems en escala Likert, distribuidos en 15 ítems para la variable de Calidad de Servicio y 15 ítems para la variable de Atención al cliente (ver Anexo 2).

3.5. Método de análisis de datos

El método de análisis de datos, consiste en llevar a cabo operaciones específicas sobre los datos recopilados con el fin de obtener conclusiones precisas que contribuyan al logro de los objetivos, luego de recolectar los datos mediante la técnica de la encuesta, se procedió a organizarlos de manera tabular y gráfica según cada variable y sus respectivas dimensiones (Flick, 2020).

Se empleó el análisis descriptivo de las variables recolectadas para analizar los datos; se crearon tablas que muestren la distribución de frecuencias absolutas y porcentajes relativos, junto con gráficos estadísticos.

Se emplearon diversos programas informáticos para llevar a cabo el análisis y la presentación de los datos. Microsoft Word se utilizó para redactar y realizar modificaciones en documentos digitales. Acrobat Reader XI permitió la lectura de archivos en formato PDF,

incluyendo los antecedentes descargados de la biblioteca virtual. Microsoft Excel se usó para tabular y diseñar gráficos basados en los resultados de las encuestas. Turnitin se utilizó para verificar la originalidad y evitar el plagio, mientras que Mendeley ayudó en la generación de referencias bibliográficas siguiendo la norma APA 7ma edición. Finalmente, se empleó PowerPoint (PPT) para la presentación del trabajo.

3.6. Aspectos Éticos

La investigación se llevó a cabo en estricto cumplimiento del Reglamento de Integridad Científica en la Investigación Versión 001 de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote (2023), que son:

Respeto y protección de los derechos intervinientes: se garantizó la confidencialidad de los datos proporcionados por la fuente de información contemplada, asegurando que no se utilizaron con fines distintos a la investigación.

Cuidado del medio ambiente: Con el propósito de ayudar al medio ambiente, conservar la naturaleza y prevenir la deforestación excesiva, se empleará el cuestionario en papel reciclado que incluirá las preguntas a realizar. Además, se gestionará el uso moderado de energía eléctrica, evitando dejar la computadora portátil utilizada para la investigación cargando durante períodos prolongados.

Libre participación por propia voluntad: los participantes fueron informados sobre los objetivos del estudio y todo el proceso involucrado, participando de manera libre y sin presión alguna.

Beneficencia y no maleficencia: el objetivo de la investigación fue contribuir a la sociedad, evitando cualquier práctica que pudiera causar daño.

Integridad y honestidad: la investigadora respetó los datos recolectados, sin manipularlos ni alterarlos, garantizando la veracidad e integridad de los resultados obtenidos.

Justicia: este estudio se desarrolló de manera transparente y justa, aplicando criterios racionales característicos de la investigación científica.

IV. Resultados

Objetivo específico N° 1 definir las características de la tangibilidad de la ferretería paredes, Yungay, 2024.

Tabla 1

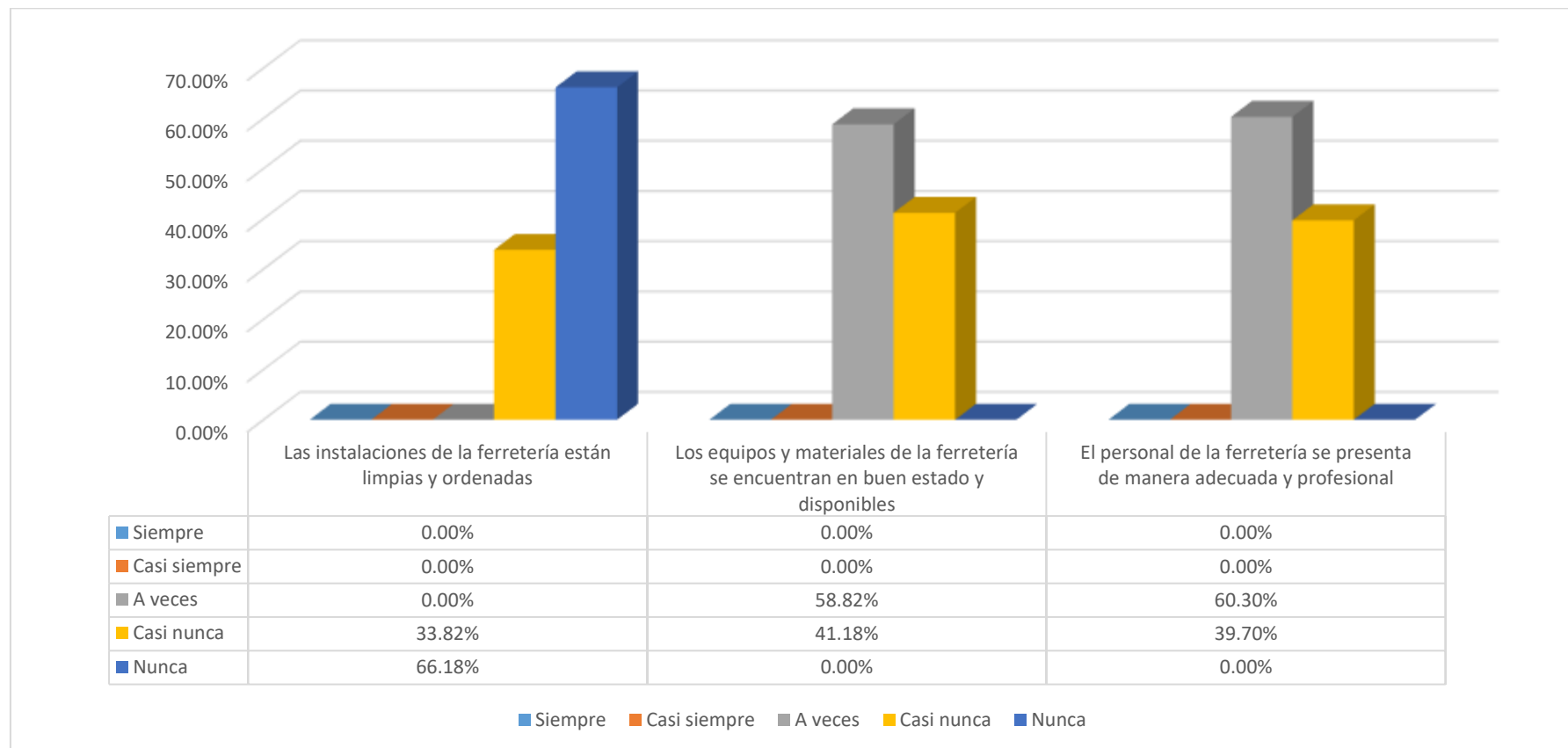
Características de la tangibilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Características de la tangibilidad	n	%
Las instalaciones de la ferretería están limpias y ordenadas		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	0	0.00
Casi nunca	23	33.82
Nunca	45	66.18
Total	68	100.00
Los equipos y materiales de la ferretería se encuentran en buen estado y disponibles		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	40	58.82
Casi nunca	28	41.18
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El personal de la ferretería se presenta de manera adecuada y profesional		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	41	60.30
Casi nunca	27	39.70
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Figura 1

Características de la tangibilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la tangibilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Objetivo específico N° 2 definir las características de la fiabilidad de la ferretería paredes, Yungay, 2024.

Tabla 2

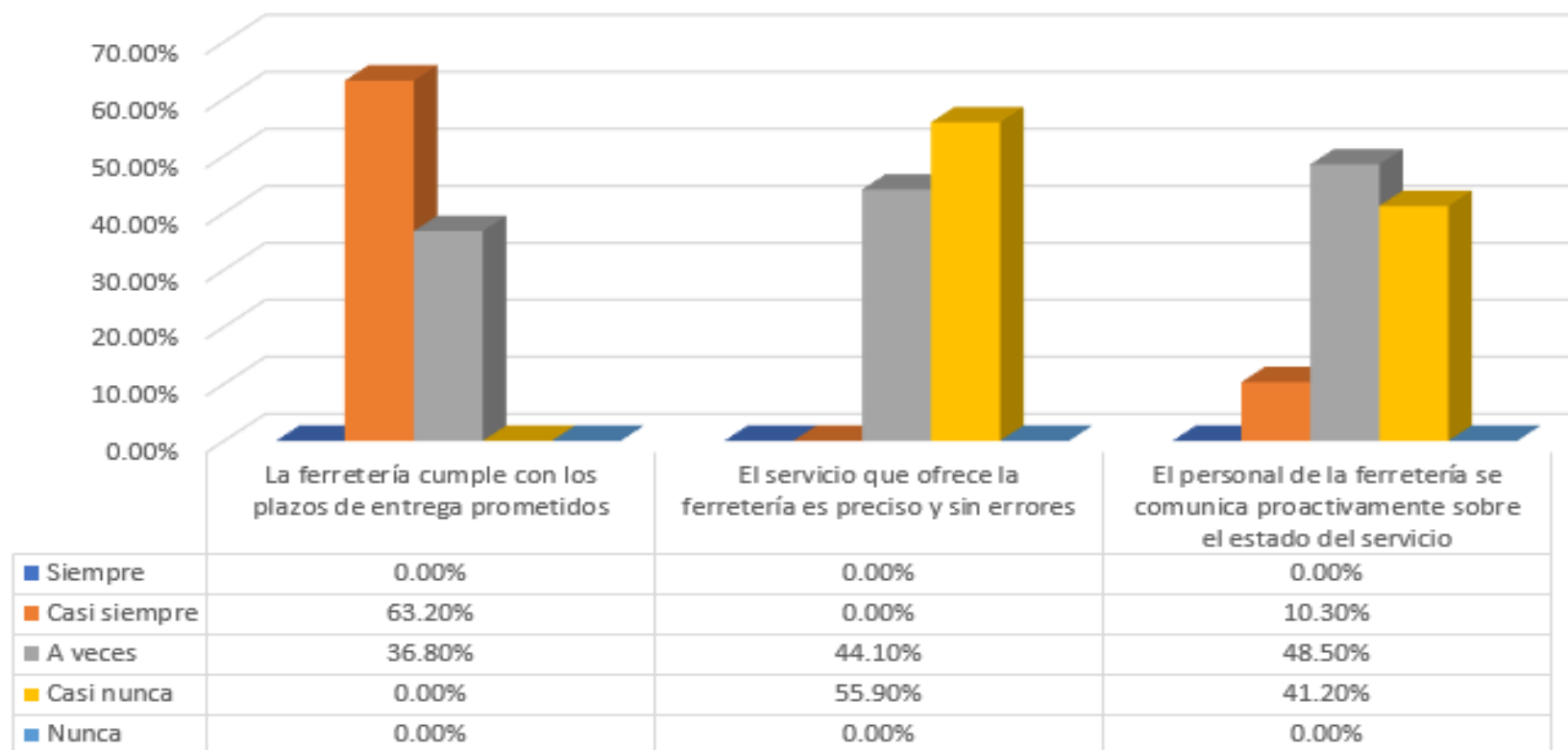
Características de la fiabilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Características de la fiabilidad	n	%
La ferretería cumple con los plazos de entrega prometidos		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	43	63.20
A veces	25	36.80
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El servicio que ofrece la ferretería es preciso y sin errores		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	0	0.00
A veces	38	44.10
Casi nunca	30	55.90
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El personal de la ferretería se comunica proactivamente sobre el estado del servicio		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	7	10.30
A veces	33	48.50
Casi nunca	28	41.20
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Figura 2

Características de la fiabilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la fiabilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Objetivo específico N° 3 definir las características de la capacidad de respuesta de la ferretería paredes, Yungay, 2024.

Tabla 3

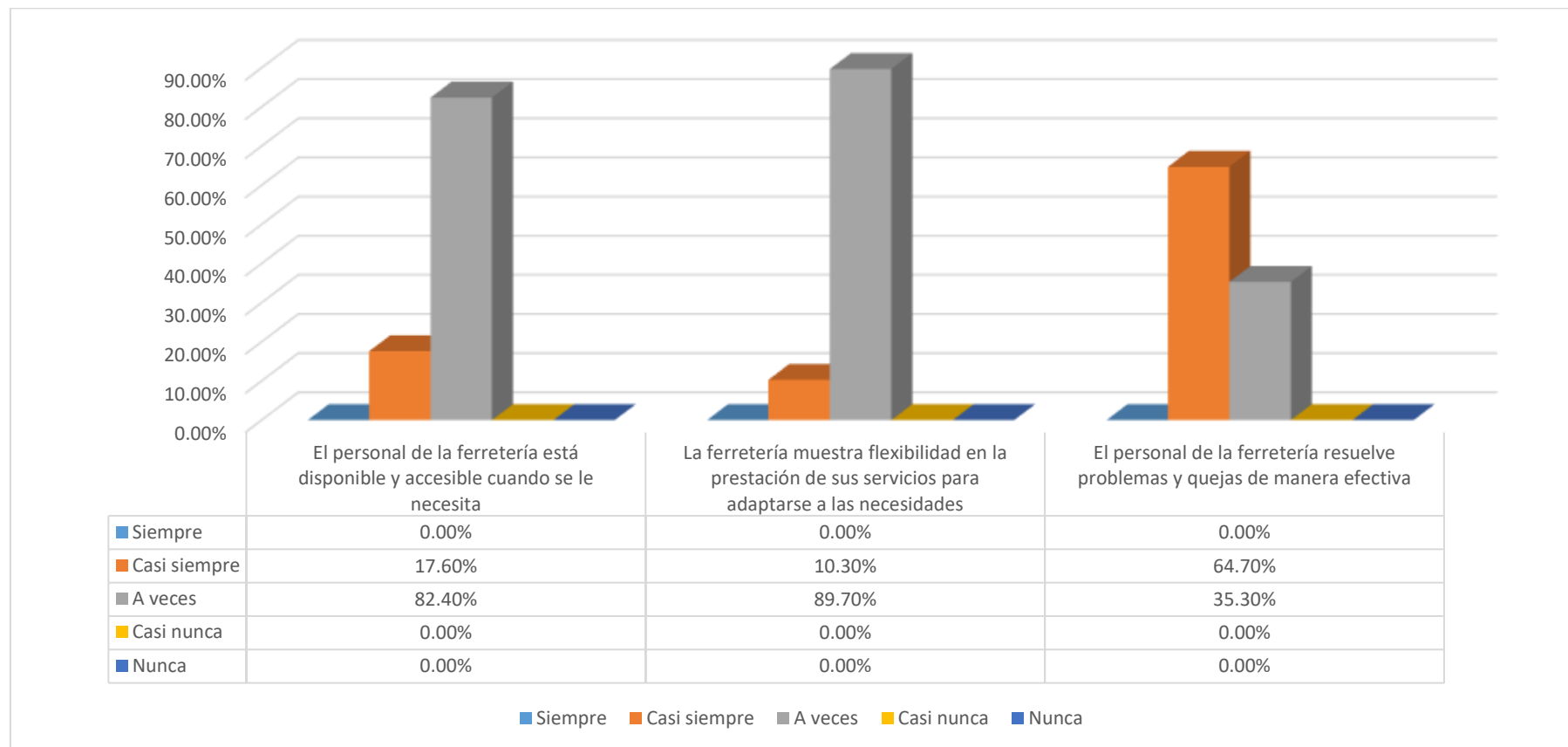
Características de la capacidad de respuesta de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Características de la capacidad de respuesta	n	%
El personal de la ferretería está disponible y accesible cuando se le necesita		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	12	17.60
A veces	56	82.40
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
La ferretería muestra flexibilidad en la prestación de sus servicios para adaptarse a las necesidades		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	7	10.30
A veces	61	89.70
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El personal de la ferretería resuelve problemas y quejas de manera efectiva		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	43	64.70
A veces	25	35.30
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Figura 3

Características de la capacidad de respuesta de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la capacidad de respuesta de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Objetivo específico N° 4 definir las características de la seguridad de la ferretería paredes, Yungay, 2024.

Tabla 4

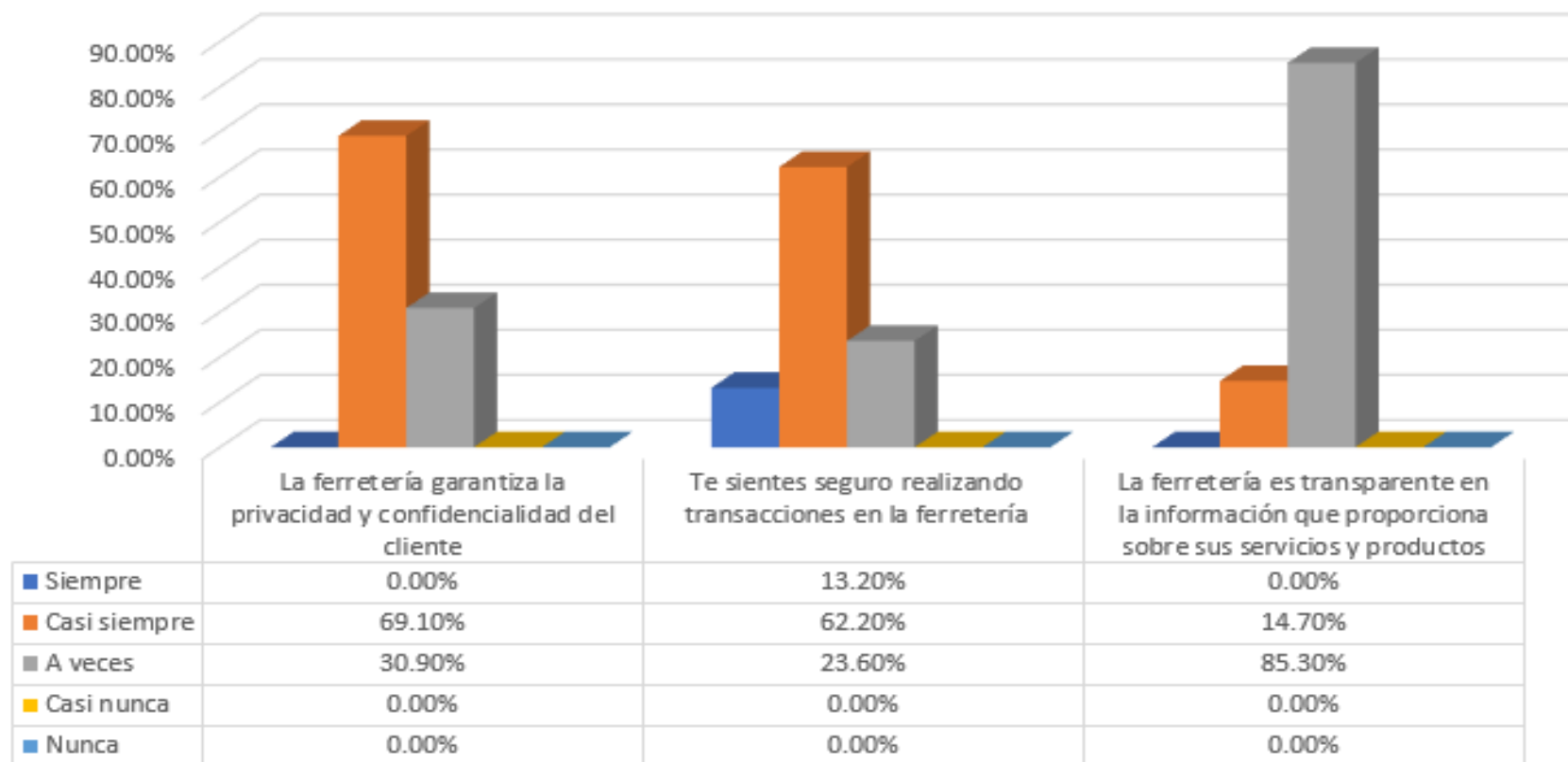
Características de la seguridad la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Características de la seguridad	n	%
La ferretería garantiza la privacidad y confidencialidad del cliente		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	47	69.10
A veces	21	30.90
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
Te sientes seguro realizando transacciones en la ferretería		
Siempre	16	13.20
Casi siempre	43	62.20
A veces	9	23.60
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
La ferretería es transparente en la información que proporciona sobre sus servicios y productos		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	10	14.70
A veces	58	85.30
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Figura 4

Características de la seguridad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la seguridad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Objetivo específico N° 5 definir las características de la empatía de la ferretería paredes, Yungay, 2024.

Tabla 5

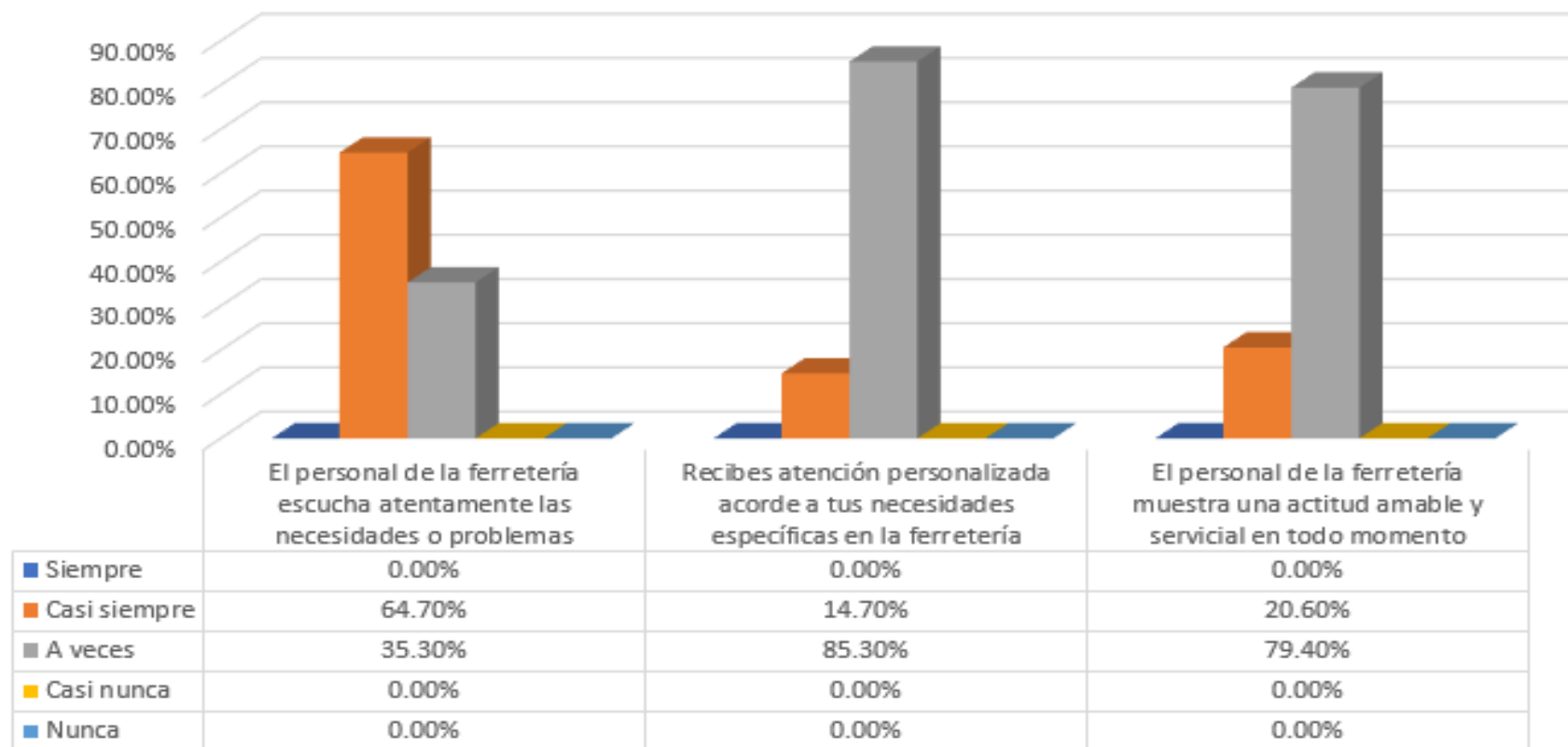
Características de la empatía de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Características de la empatía	n	%
El personal de la ferretería escucha atentamente las necesidades o problemas		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	44	64.70
A veces	24	35.30
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
Recibes atención personalizada acorde a tus necesidades específicas en la ferretería		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	10	14.70
A veces	58	85.30
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El personal de la ferretería muestra una actitud amable y servicial en todo momento		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	14	20.60
A veces	54	79.40
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Figura 5

Características de la empatía de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la empatía de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Objetivo específico N° 6 definir las características de la amabilidad de la ferretería paredes, Yungay, 2024.

Tabla 6

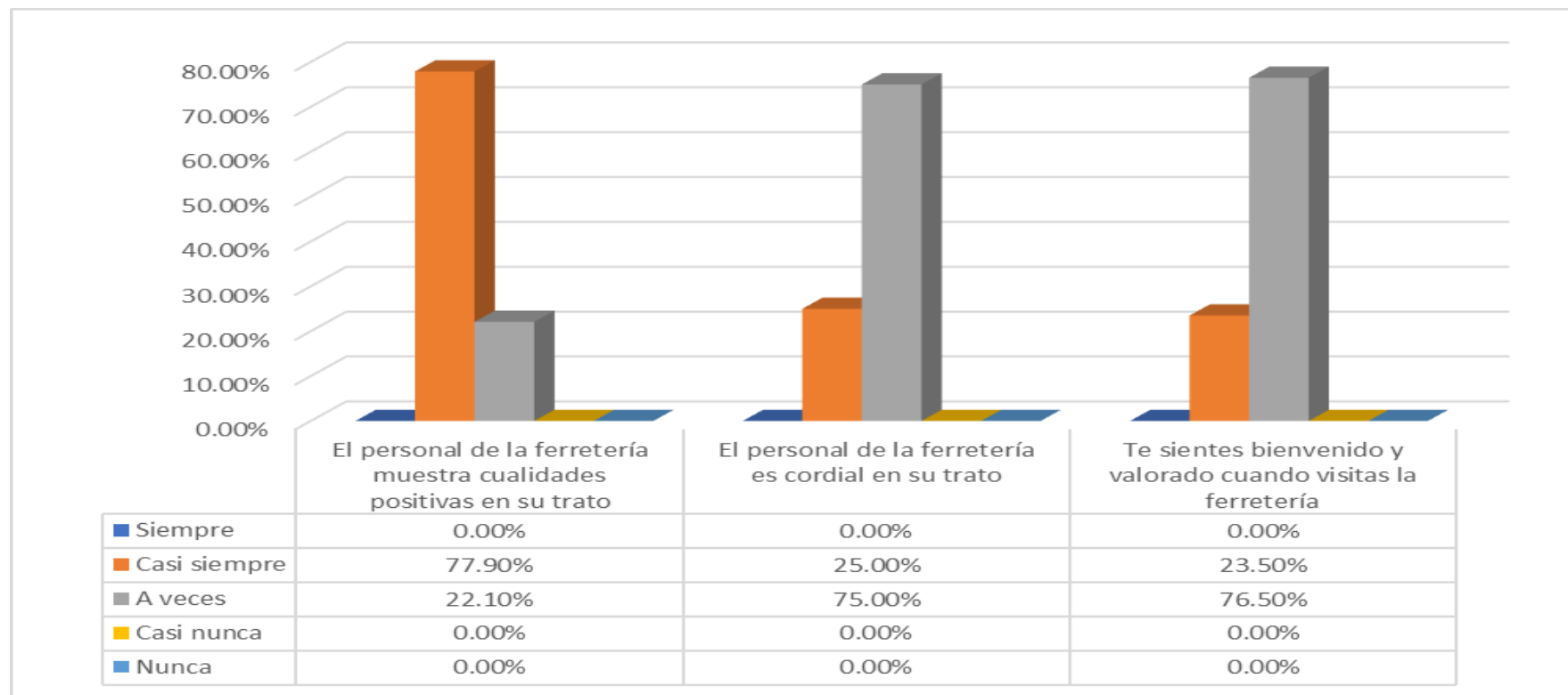
Características de la amabilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Características de la amabilidad	n	%
El personal de la ferretería muestra cualidades positivas en su trato		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	53	77.90
A veces	15	22.10
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El personal de la ferretería es cordial en su trato		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	17	25.00
A veces	51	75.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
Te sientes bienvenido y valorado cuando visitas la ferretería		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	16	23.50
A veces	52	76.50
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Figura 6

Características de la amabilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la amabilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Objetivo específico N° 7 definir las características de la disposición previa de la ferretería paredes, Yungay, 2024.

Tabla 7

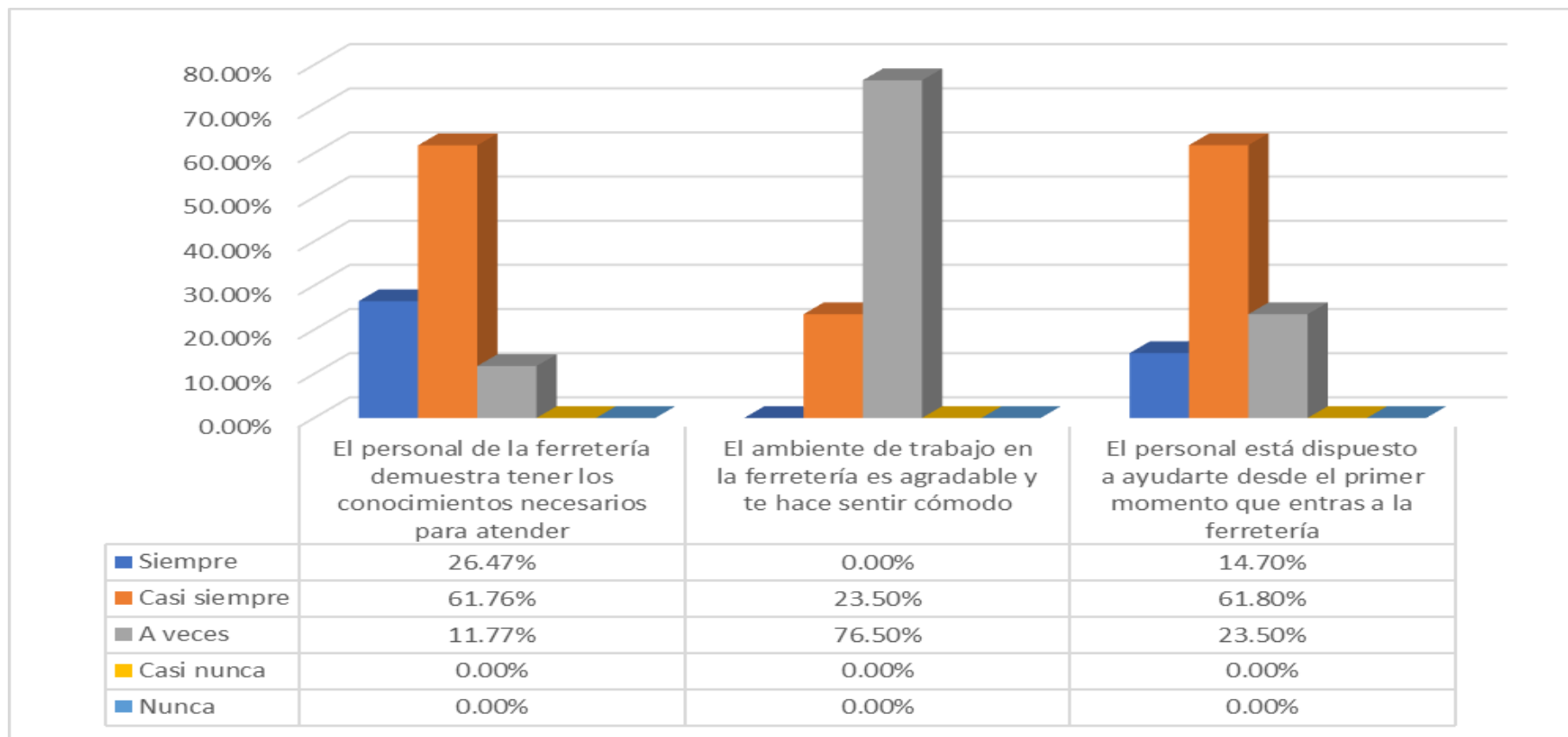
Características de la disposición previa de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Características de la disposición previa	n	%
El personal de la ferretería demuestra tener los conocimientos necesarios para atender		
Siempre	18	26.47
Casi siempre	42	61.76
A veces	8	11.77
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El ambiente de trabajo en la ferretería es agradable y te hace sentir cómodo		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	16	23.50
A veces	52	76.50
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El personal está dispuesto a ayudarte desde el primer momento que entras a la ferretería		
Siempre	10	14.70
Casi siempre	42	61.80
A veces	16	23.50
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Figura 7

Características de la disposición previa de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la disposición previa de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024

Objetivo específico N° 8 definir las características de la implicancia en la respuesta de la ferretería paredes, Yungay, 2024.

Tabla 8

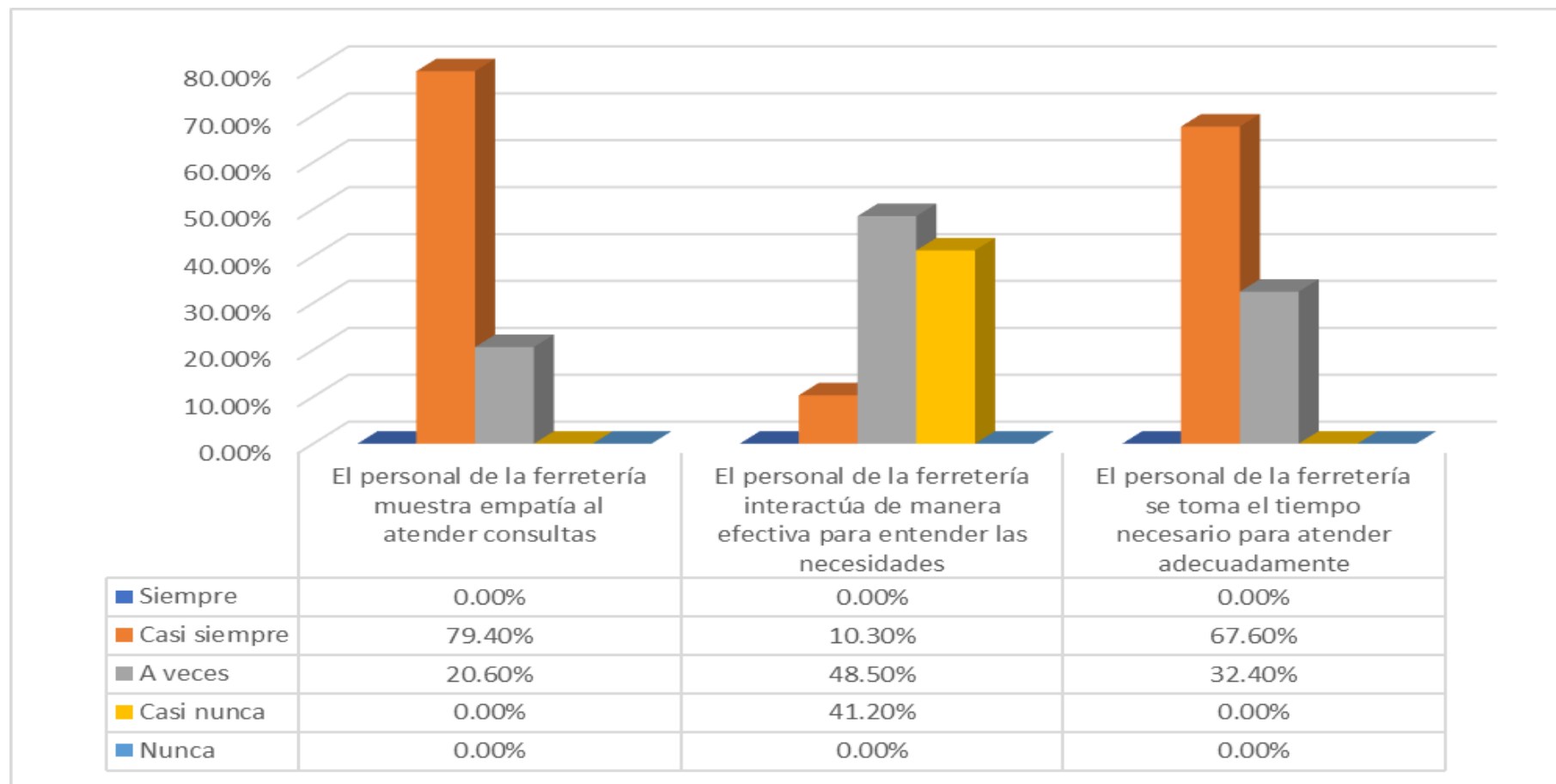
Características de la implicación de la respuesta de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Características de la implicación de la respuesta	n	%
El personal de la ferretería muestra empatía al atender consultas		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	54	79.40
A veces	14	20.60
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El personal de la ferretería interactúa de manera efectiva para entender las necesidades		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	7	10.30
A veces	33	48.50
Casi nunca	28	41.20
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El personal de la ferretería se toma el tiempo necesario para atender adecuadamente		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	46	67.60
A veces	22	32.40
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Figura 8

Características de la implicancia de la respuesta de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características de la implicancia de la respuesta de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Objetivo específico N° 9 definir las características del servicio al cliente de la ferretería paredes, Yungay, 2024.

Tabla 9

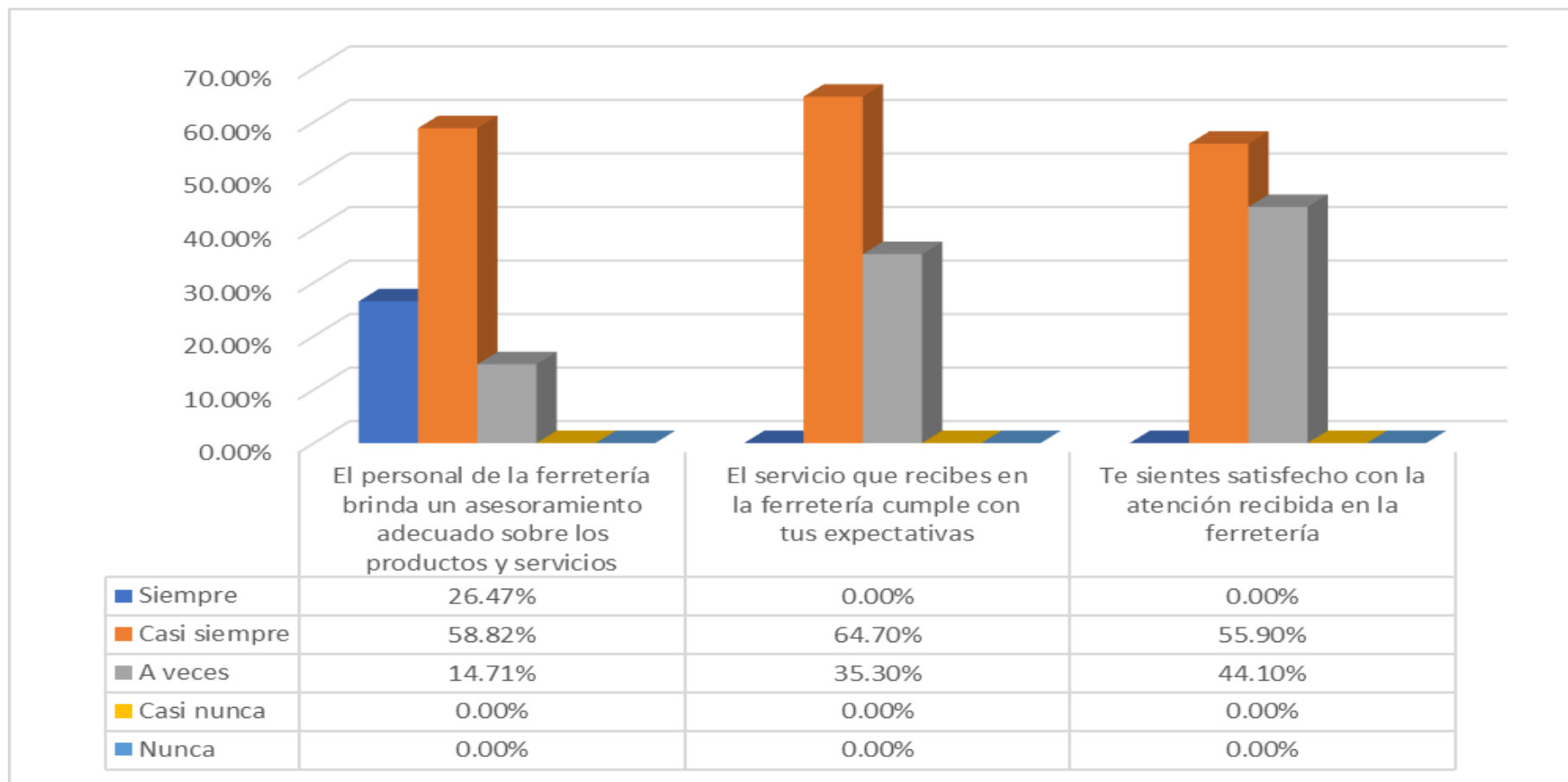
Características del servicio al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Características del servicio al cliente	n	%
El personal de la ferretería brinda un asesoramiento adecuado sobre los productos y servicios		
Siempre	18	26.47
Casi siempre	40	58.82
A veces	10	14.71
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El servicio que recibes en la ferretería cumple con tus expectativas		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	44	64.70
A veces	24	35.30
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
Te sientes satisfecho con la atención recibida en la ferretería		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	38	55.90
A veces	30	44.10
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Figura 9

Características del servicio al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características del servicio al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Objetivo específico N° 10 definir las características del vocabulario adecuado de la ferretería paredes, Yungay, 2024.

Tabla 10

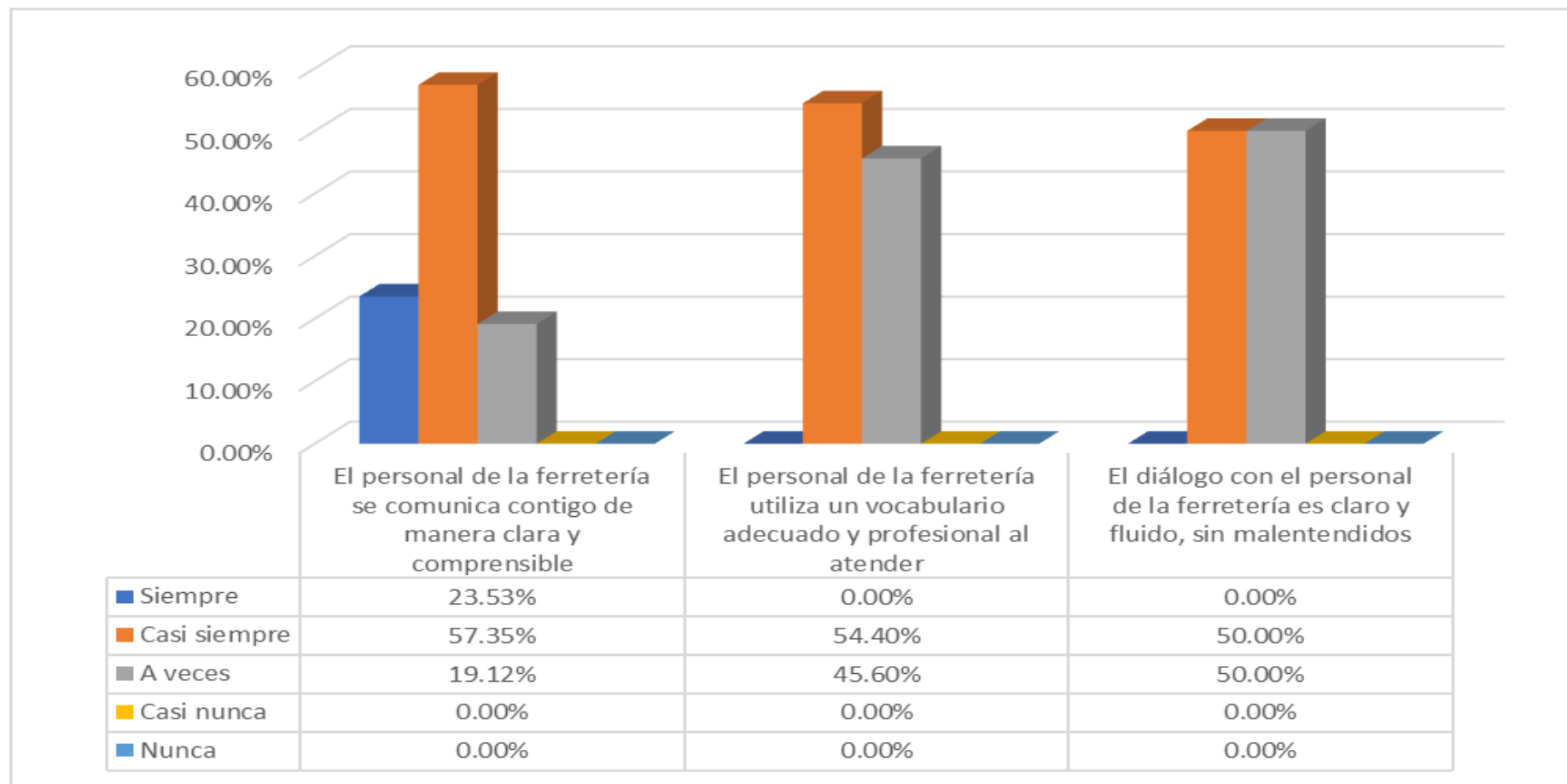
Características del vocabulario adecuado de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Características del vocabulario adecuado	n	%
El personal de la ferretería se comunica contigo de manera clara y comprensible		
Siempre	16	23.53
Casi siempre	39	57.35
A veces	13	19.12
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El personal de la ferretería utiliza un vocabulario adecuado y profesional al atender		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	37	54.40
A veces	31	45.60
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00
El diálogo con el personal de la ferretería es claro y fluido, sin malentendidos		
Siempre	0	0.00
Casi siempre	34	50.00
A veces	34	50.00
Casi nunca	0	0.00
Nunca	0	0.00
Total	68	100.00

Nota. Base de datos del cuestionario aplicado a los clientes de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Figura 10

Características del vocabulario adecuado de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.



Nota. La figura muestra los resultados de las preguntas relacionadas a las características del vocabulario adecuado de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024

Tabla 11

Propuesta de mejora de la calidad de servicio para mejorar la atención al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Variable	Indicador	Problema	Causa	Consecuencia	Acciones de mejora	Responsable	Presupuesto
Calidad de servicio	Instalaciones de la ferretería	66.18% de los clientes mencionan que nunca las instalaciones de la ferretería están limpias y ordenadas.	Falta de mantenimiento regular y organización adecuada, afectando la percepción y satisfacción del cliente.	Los clientes pueden percibir la ferretería como descuidada e incompetente, lo que puede llevar a una disminución de la confianza y credibilidad en el negocio.	<i>Establecer procedimientos de limpieza:</i> Definir y documentar procedimientos claros para la limpieza regular de todas las áreas de la ferretería, incluyendo horarios y responsabilidades específicas para el personal.	Gen general	S/. 500.00
	Servicio preciso y sin errores	55,9% de los clientes mencionan que casi nunca el servicio que ofrece la ferretería es preciso y sin errores.	Fallos en la comunicación interna y la falta de formación del personal, afectando la calidad y exactitud del servicio prestado.	Los clientes insatisfechos pueden compartir sus experiencias negativas con otros, ya sea de forma verbal o a través de reseñas en línea, dañando la reputación de la ferretería.	<i>Capacitación continua:</i> Proporcionar capacitación regular a todo el personal en productos, procesos de venta, atención al cliente y resolución de problemas para mejorar su conocimiento y habilidades.	Gerente general Encargado de tienda	S/. 800.00
		El 48,5% de los clientes	Falta de entrenamiento	Cuando el personal no comprende	<i>Entrenamiento de productos:</i>	Gerente general	S/. 500.00

Atención al cliente	Interacción efectiva	mencionan que a veces el personal de la ferretería interactúa de manera efectiva para entender las necesidades.	específico en habilidades de comunicación y empatía, afectando la capacidad del personal para satisfacer completamente las necesidades del cliente.	en adecuadamente las necesidades de los clientes, es probable que los productos o servicios ofrecidos no sean los adecuados, lo que resulta en clientes insatisfechos.	Brindar conocimiento detallado sobre los productos y servicios que ofrece la ferretería, permitiendo al personal asesorar adecuadamente a los clientes según sus necesidades.	Encargado de tienda	
Presupuesto total							S/.1800.00

V. Discusión

Objetivo específico 1: Definir las características de la tangibilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Las instalaciones de la ferretería están limpias y ordenadas: El 66.18% de los clientes mencionan que nunca las instalaciones de la ferretería están limpias y ordenadas. Los resultados coinciden con lo encontrado por Vasquez (2022) en su investigación Propuesta de mejora en la calidad del servicio para la sostenibilidad en el rubro salud caso: Centro de Salud Mental Comunitario El Sol, Imperial-Cañete, 2022; quien encontró que los usuarios expresaron que perciben instalaciones poco aseadas; de igual forma, esto difiere con Ala (2022) en su investigación Propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021; quien menciona que el 78,30% disponen de instalaciones y equipos adecuados para proporcionar el servicio. La mayoría de los clientes mencionan que nunca las instalaciones de la ferretería están limpias y ordenadas, lo cual podría deberse a una falta de mantenimiento regular y organización adecuada, afectando la percepción y satisfacción del cliente. Mantener orden y limpieza es importante en la seguridad y salud de los clientes que con frecuencia acuden a la empresa.

Los equipos y materiales de la ferretería se encuentran en buen estado y disponibles: El 58.82% de los clientes mencionan que a veces los equipos y materiales de la ferretería se encuentran en buen estado y disponibles. Los resultados difieren con lo encontrado por Palma (2020) en su investigación Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, distrito de Huaraz; quien encontró que el 68.74% de los empresarios señaló que los equipos que utilizan están de acuerdo al avance de la tecnología; de igual forma, esto difiere con Ala (2022) en su investigación Propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021; quien menciona que el 78,30% disponen de instalaciones y equipos adecuados para proporcionar el servicio. La mayoría de los clientes mencionan que a veces los equipos y materiales de la ferretería se encuentran en buen estado y disponibles, lo cual podría deberse a una gestión irregular del inventario y mantenimiento, afectando la confiabilidad y disponibilidad de los productos para los clientes. pues permite un manejo adecuado de los equipos y materiales operacionales. Que

nos llevarán a construir una base sólida y un modelo que permita facilitar los procesos hacia los clientes.

El personal de la ferretería se presenta de manera adecuada y profesional: El 60.30% de los clientes mencionan que a veces el personal de la ferretería se presenta de manera adecuada y profesional. Los resultados difieren con lo encontrado por Cabrera (2023) en su investigación Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023; quien encontró que el 58.9% casi siempre se sienten cómodos con la apariencia del personal; de igual forma, esto difiere con Ala (2022) en su investigación Propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021; quien menciona que el 65,20% aseguran que sus trabajadores siempre transmiten confianza con una buena presencia. La mayoría de los clientes mencionan que a veces el personal de la ferretería se presenta de manera adecuada y profesional, lo cual podría deberse a una falta de consistencia en la capacitación y supervisión del personal, afectando la imagen y la percepción de profesionalismo ante los clientes. Es una actividad fundamental para demostrar que el personal cumpla con las expectativas de calidad para brindar una atención adecuada.

Objetivo específico 2: Definir las características de la fiabilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

La ferretería cumple con los plazos de entrega prometidos: El 63.20% de los clientes mencionan que casi siempre la ferretería cumple con los plazos de entrega prometidos. Los resultados coinciden con lo encontrado por Cabrera (2023) en su investigación titulada: Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023; quien encontró que el 82.2% casi siempre el tiempo de espera para la entrega de su pedido es el esperado; de igual forma, esto difiere con Macías et al. (2022) en su investigación La calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero Ecuador; quien menciona que la calidad de servicio puede ser vista desde diversas perspectivas, llegando a ser un sistema completo que cubre desde la atención al cliente hasta la entrega del producto o servicio. La mayoría de los clientes mencionan que casi siempre la ferretería cumple con los plazos de entrega prometidos, lo cual podría deberse a una gestión eficaz de la logística y el

compromiso del personal, aumentando la confianza y satisfacción de los clientes respecto a la puntualidad del servicio. Mencionar que la puntualidad dentro de los plazos corresponde a un principio fundamental de confianza y seguridad depositada en la empresa con relación a los pedidos de los clientes.

El servicio que ofrece la ferretería es preciso y sin errores: El 55.90% de los clientes mencionan que casi nunca el servicio que ofrece la ferretería es preciso y sin errores. Los resultados difieren con lo encontrado por Macías et al. (2022) en su investigación La calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero Ecuador; quien menciona que la calidad de servicio puede ser vista desde diversas perspectivas, llegando a ser un sistema completo que cubre desde la atención al cliente hasta la entrega del producto o servicio, están interconectados para garantizar una experiencia satisfactoria sin errores. La mayoría de los clientes mencionan que casi nunca el servicio que ofrece la ferretería es preciso y sin errores, lo cual podría deberse a fallos en la comunicación interna y la falta de formación del personal, afectando la calidad y exactitud del servicio prestado. La comunicación conlleva a una eficiente productividad y disminuye los errores de atención y efectividad durante la prestación de servicio.

El personal de la ferretería se comunica proactivamente sobre el estado del servicio: El 48.50% de los clientes mencionan que a veces el personal de la ferretería se comunica proactivamente sobre el estado del servicio. Los resultados difieren con lo encontrado por Rivera (2019) en su investigación La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes; quien encontró que una alta calidad en el servicio implica no solo cumplir con las expectativas en términos de productos entregados, tiempos de entrega y precios competitivos, sino también ofrecer un nivel excepcional de atención al cliente, comunicación clara y eficiente; de igual forma, esto difiere con Dominguez (2022) en su investigación Propuesta de mejora de calidad de servicio y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector del servicio rubro hospedajes de la provincia de Zarumilla, 2022; quien menciona que el 33% percibe que la empresa desarrolla estrategias de comunicación efectivas. La mayoría de los clientes mencionan que a veces el personal de la ferretería se comunica proactivamente sobre el estado del servicio, lo cual podría deberse a una falta de protocolos claros de comunicación y seguimiento, afectando la transparencia y la satisfacción del cliente. La comunicación es de vital importancia dentro de las organizaciones pues fortalece la confianza con las personas y conlleva a mejorar respecto a

las necesidades de los clientes durante su permanencia.

Objetivo específico 3: Definir las características de la capacidad de respuesta de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

El personal de la ferretería está disponible y accesible cuando se le necesita: El 82.40% de los clientes mencionan que a veces el personal de la ferretería está disponible y accesible cuando se le necesita. Los resultados difieren con lo encontrado por Ala (2022) en su investigación Propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021; quien encontró que el 65,20% aseguran que sus trabajadores siempre están disponibles; de igual forma, esto difiere con Vasquez (2022) en su investigación titulada: Propuesta de mejora en la calidad del servicio para la sostenibilidad en el rubro salud caso: Centro de Salud Mental Comunitario El Sol, Imperial-Cañete, 2022; quien menciona que los colaboradores no muestran desempeño y disponibilidad satisfactorios. La mayoría de los clientes mencionan que a veces el personal de la ferretería está disponible y accesible cuando se le necesita, lo cual podría deberse a una falta de suficiente personal y organización, dificultando la atención inmediata y adecuada a los clientes. La preferencia de atender a los clientes consiste en prestar atención a las diferentes necesidades de los clientes, considerándose como un elemento importante de confianza y lealtad entre empresa y cliente.

La ferretería muestra flexibilidad en la prestación de sus servicios para adaptarse a las necesidades: El 89.70% de los clientes mencionan que a veces la ferretería muestra flexibilidad en la prestación de sus servicios para adaptarse a las necesidades. Los resultados difieren con lo encontrado por Dominguez (2022) en su investigación Propuesta de mejora de calidad de servicio y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector del servicio rubro hospedajes de la provincia de Zarumilla, 2022; quien encontró que el 26% indica que a veces el servicio es flexible. La mayoría de los clientes mencionan que a veces la ferretería muestra flexibilidad en la prestación de sus servicios para adaptarse a las necesidades, posiblemente debido a políticas de servicio al cliente poco flexibles o procedimientos establecidos que limitan la capacidad de ajustarse rápidamente a las demandas cambiantes de los clientes. Elaborar un mecanismo de capacidad que tiene el servicio de atención de una organización de adecuarse a las situaciones cambiantes de los usuarios.

El personal de la ferretería resuelve problemas y quejas de manera efectiva: El 64.70% de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería resuelve problemas y quejas de manera efectiva. Los resultados difieren con lo encontrado por Vasquez (2022) en su investigación titulada: Propuesta de mejora en la calidad del servicio para la sostenibilidad en el rubro salud caso: Centro de Salud Mental Comunitario El Sol, Imperial-Cañete, 2022; quien encontró que, en relación a la calidad del servicio, los usuarios expresaron que perciben falta de compromiso por parte de la dirección para resolver ciertos problemas. La mayoría de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería resuelve problemas y quejas de manera efectiva, lo cual refleja probablemente un entrenamiento adecuado del personal en habilidades de resolución de problemas y un compromiso con la satisfacción del cliente, mejorando la experiencia general del servicio. Se considera una labor de vital importancia la correcta administración del talento humano pues son ellos los que tienen una relación directa con los clientes, pues, resulta fundamental desarrollar la capacitación al personal para demostrar una atención de calidad y dedicada a solucionar los problemas de los clientes.

Objetivo específico 4: Definir las características de la seguridad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

La ferretería garantiza la privacidad y confidencialidad del cliente: El 69.10% de los clientes mencionan que casi siempre la ferretería garantiza la privacidad y confidencialidad del cliente. Los resultados coinciden con lo encontrado por Dominguez (2022) en su investigación titulada: Propuesta de mejora de calidad de servicio y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector del servicio rubro hospedajes de la provincia de Zarumilla, 2022; quien encontró que el 27% asegura que la empresa cumple con las normativas de procedimiento, lo que reduce los riesgos de seguridad laboral. La mayoría de los clientes mencionan que casi siempre la ferretería garantiza la privacidad y confidencialidad del cliente, indicando posiblemente políticas claras y prácticas efectivas para proteger la información personal de los clientes, lo cual es crucial para construir confianza y mantener la lealtad del cliente. Elaborar medidas de seguridad que garanticen sistemas de confidencialidad de los clientes durante el proceso de compra dentro del establecimiento.

Te sientes seguro realizando transacciones en la ferretería: El 62.20% de los clientes mencionan que casi siempre se sienten seguros realizando transacciones en la ferretería. Los

resultados difieren con lo encontrado por Dominguez (2022) en su investigación titulada: Propuesta de mejora de calidad de servicio y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector del servicio rubro hospedajes de la provincia de Zarumilla, 2022; quien encontró que el 27% asegura que la empresa cumple con las normativas de procedimiento, lo que reduce los riesgos de seguridad laboral. La mayoría de los clientes mencionan que casi siempre se sienten seguros realizando transacciones en la ferretería, lo cual podría deberse a la implementación de medidas de seguridad eficaces y una atención al cliente confiable, generando confianza y tranquilidad en los clientes durante sus compras.

La ferretería es transparente en la información que proporciona sobre sus servicios y productos: El 85.30% de los clientes mencionan que a veces la ferretería es transparente en la información que proporciona sobre sus servicios y productos. Los resultados difieren con lo encontrado por Cabrera (2023) en su investigación Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023; quien encontró que el 54.8% casi siempre encuentra que el precio está en consonancia con el servicio brindado. La mayoría de los clientes mencionan que a veces la ferretería es transparente en la información que proporciona sobre sus servicios y productos, lo cual podría deberse a una falta de claridad y consistencia en la comunicación, afectando la percepción de honestidad y confianza de los clientes.

Objetivo específico 5: Definir las características de la empatía de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

El personal de la ferretería escucha atentamente las necesidades o problemas: El 64.70% de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería escucha atentamente las necesidades o problemas. Los resultados coinciden con lo encontrado por Cabrera (2023) en su investigación titulada: Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023; quien encontró que el 98.6% del restaurante cumple con los pedidos relacionados con las necesidades del cliente; de igual forma, esto difiere con Dominguez (2022) en su investigación titulada: Propuesta de mejora de calidad de servicio y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector del servicio rubro hospedajes de la provincia de Zarumilla, 2022; quien menciona que , el 26% asegura que la empresa satisface las necesidades adecuadas de los clientes. La mayoría de los clientes

mencionan que casi siempre el personal de la ferretería escucha atentamente las necesidades o problemas, lo cual refleja probablemente una capacitación adecuada en atención al cliente y un compromiso genuino con la satisfacción del cliente, mejorando la experiencia y fidelidad de los clientes.

Recibes atención personalizada acorde a tus necesidades específicas en la ferretería: El 85.30% de los clientes mencionan que a veces reciben atención personalizada acorde a sus necesidades específicas en la ferretería. Los resultados difieren con lo encontrado por Dominguez (2022) en su investigación titulada: Propuesta de mejora de calidad de servicio y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector del servicio rubro hospedajes de la provincia de Zarumilla, 2022; quien encontró que el 26% asegura que la empresa satisface las necesidades adecuadas de los clientes; de igual forma, esto coincide con Cabrera (2023) en su investigación titulada: Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023; quien menciona que, el 98.6% del restaurante cumple con los pedidos relacionados con las necesidades del cliente. La mayoría de los clientes mencionan que a veces reciben atención personalizada acorde a sus necesidades específicas en la ferretería, lo cual podría deberse a una falta de recursos o capacitación específica para ofrecer un servicio adaptado consistentemente, afectando la satisfacción del cliente.

El personal de la ferretería muestra una actitud amable y servicial en todo momento: El 79.40% de los clientes mencionan que a veces el personal de la ferretería muestra una actitud amable y servicial en todo momento. Los resultados difieren con lo encontrado por Cabrera (2023) en su investigación Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023; quien encontró que el 86.3% percibe que los trabajadores muestran cortesía y amabilidad en la atención; de igual forma, esto difiere con Palma (2020) en su investigación titulada: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, distrito de Huaraz; quien menciona que el 71.87% afirmaron que los clientes de la empresa son tratados con amabilidad. La mayoría de los clientes mencionan que a veces el personal de la ferretería muestra una actitud amable y servicial en todo momento, lo cual podría deberse a una inconsistencia en la formación del personal y la falta de motivación continua,

afectando la calidad de la atención al cliente.

Objetivo específico 6: Sobre la atención al cliente. Definir las características de la amabilidad de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

El personal de la ferretería muestra cualidades positivas en su trato: El 77.90% de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería muestra cualidades positivas en su trato. Los resultados coinciden con lo encontrado por Cabrera (2023) en su investigación Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023; quien encontró que el 86.3% percibe que los trabajadores muestran cortesía y amabilidad en la atención; de igual forma, esto coincide con Palma (2020) en su investigación titulada: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, distrito de Huaraz; quien menciona que el 71.87% afirmaron que los clientes de la empresa son tratados con amabilidad. La mayoría de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería muestra cualidades positivas en su trato, lo cual podría deberse a una buena capacitación en atención al cliente y un ambiente de trabajo positivo, mejorando la experiencia del cliente y la percepción del servicio.

El personal de la ferretería es cordial en su trato: El 75.00% de los clientes mencionan que a veces el personal de la ferretería es cordial en su trato. Los resultados difieren con lo encontrado por Cabrera (2023) en su investigación Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023; quien encontró que el 86.3% percibe que los trabajadores muestran cortesía y amabilidad en la atención; de igual forma, esto difiere con Palma (2020) en su investigación titulada: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, distrito de Huaraz; quien menciona que el 71.87% afirmaron que los clientes de la empresa son tratados con amabilidad. La mayoría de los clientes mencionan que a veces el personal de la ferretería es cordial en su trato, lo cual podría deberse a una falta de consistencia en la formación en atención al cliente y posibles problemas de motivación, afectando la experiencia del cliente de manera variable.

Te sientes bienvenido y valorado cuando visitas la ferretería: El 76.50% de los clientes mencionan que a veces se sienten bienvenidos y valorados cuando visitan la

ferretería. Los resultados difieren con lo encontrado por Cabrera (2023) en su investigación Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023; quien encontró que el 86.3% percibe que los trabajadores muestran cortesía y amabilidad en la atención; de igual forma, esto difiere con Palma (2020) en su investigación titulada: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, distrito de Huaraz; quien menciona que el 71.87% afirmaron que los clientes de la empresa son tratados con amabilidad. La mayoría de los clientes mencionan que a veces se sienten bienvenidos y valorados cuando visitan la ferretería, lo cual podría deberse a una falta de consistencia en la atención al cliente y en las prácticas de bienvenida, afectando la percepción de valor y acogida por parte de los clientes.

Objetivo específico 7: Definir las características de la disposición previa de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

El personal de la ferretería demuestra tener los conocimientos necesarios para atender: El 61.80% de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería demuestra tener los conocimientos necesarios para atender. Los resultados coinciden con lo encontrado por Aspilcueta (2020) en su investigación titulada: Gestión de calidad bajo el enfoque en atención al cliente y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector comercio, rubro ferreterías del distrito de Nuevo Chimbote, provincia del Santa; quien encontró que el 94% de los encuestados si cuentan con conocimiento sobre la atención al cliente; de igual forma, esto difiere con Cabrera (2023) en su investigación titulada: Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023; quien menciona que el 57.5% a veces considera que el conocimiento de los empleados es adecuado al realizar su trabajo. La mayoría de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería demuestra tener los conocimientos necesarios para atender, lo cual refleja una capacitación adecuada y una experiencia relevante del personal, mejorando la confianza y satisfacción de los clientes en el servicio recibido.

El ambiente de trabajo en la ferretería es agradable y te hace sentir cómodo: El 76.50% de los clientes mencionan que a veces el ambiente de trabajo en la ferretería es agradable y produce comodidad. Los resultados difieren con lo encontrado por Cabrera

(2023) en su investigación Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023; quien encontró que el 86.3% percibe que los trabajadores muestran cortesía y amabilidad en la atención; de igual forma, esto difiere con Palma (2020) en su investigación titulada: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, distrito de Huaraz; quien menciona que el 71.87% afirmaron que los clientes de la empresa son tratados con amabilidad. La mayoría de los clientes mencionan que a veces el ambiente de trabajo en la ferretería es agradable y produce comodidad, lo cual podría deberse a fluctuaciones en la gestión del personal y en las condiciones laborales, afectando la consistencia en la percepción de un entorno acogedor y confortable.

El personal está dispuesto a ayudarte desde el primer momento que entras a la ferretería: El 61.80% de los clientes mencionan que casi siempre el personal está dispuesto a ayudar desde el primer momento en que se entra a la ferretería. Los resultados coinciden con lo encontrado por Cabrera (2023) en su investigación Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023; quien encontró que el 86.3% percibe que los trabajadores muestran cortesía y amabilidad en la atención; de igual forma, esto coincide con Palma (2020) en su investigación titulada: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, distrito de Huaraz; quien menciona que el 71.87% afirmaron que los clientes de la empresa son tratados con amabilidad. La mayoría de los clientes mencionan que casi siempre el personal está dispuesto a ayudar desde el primer momento en que se entra a la ferretería, lo cual sugiere una buena disposición del personal y una cultura de servicio al cliente de carácter desarrollada, mejorando la experiencia inicial y la satisfacción general del cliente.

Objetivo específico 8: Definir las características de la implicación en la respuesta de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

El personal de la ferretería muestra empatía al atender consultas: El 79.40% de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería muestra empatía al atender consultas. Los resultados coinciden con lo encontrado por Cabrera (2023) en su investigación Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes

de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023; quien encontró que el 86.3% percibe que los trabajadores muestran cortesía y amabilidad en la atención; de igual forma, esto coincide con Palma (2020) en su investigación titulada: Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, distrito de Huaraz; quien menciona que el 71.87% afirmaron que los clientes de la empresa son tratados con amabilidad. La mayoría de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería muestra empatía al atender consultas, lo cual indica una capacitación efectiva en habilidades de atención al cliente y una actitud empática por parte del personal, mejorando la experiencia y la satisfacción del cliente.

El personal de la ferretería interactúa de manera efectiva para entender las necesidades: El 48.50% de los clientes mencionan que a veces el personal de la ferretería interactúa de manera efectiva para entender las necesidades. Los resultados difieren con lo encontrado por Dominguez (2022) en su investigación titulada: Propuesta de mejora de calidad de servicio y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector del servicio rubro hospedajes de la provincia de Zarumilla, 2022; quien encontró que el 26% asegura que la empresa satisface las necesidades adecuadas de los clientes; de igual forma, esto difiere con Cabrera (2023) en su investigación Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023; quien menciona que, el 98.6% del restaurante cumple con los pedidos relacionados con las necesidades del cliente. La mayoría de los clientes mencionan que a veces el personal de la ferretería interactúa de manera efectiva para entender las necesidades, lo cual podría reflejar una falta de entrenamiento específico en habilidades de comunicación y empatía, afectando la capacidad del personal para satisfacer completamente las necesidades del cliente.

El personal de la ferretería se toma el tiempo necesario para atender adecuadamente: El 67.60% de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería se toma el tiempo necesario para atender adecuadamente. Los resultados coinciden con lo encontrado por Barrera et al. (2021) en su investigación titulada: Propuesta de un plan de mejora de la atención al cliente por parte del equipo de ventas del almacén MC El Brasil del municipio de Santa Ana, departamento de Santa Ana; quien encontró que la atención al cliente es un pilar fundamental en la existencia de la empresa, un servicio de calidad no solo consiste en

el buen trato hacia los clientes sino también en las asesorías brindadas hacia los mismos. La mayoría de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería se toma el tiempo necesario para atender adecuadamente, lo cual sugiere una buena gestión del tiempo por parte del personal y un compromiso con proporcionar un servicio completo y satisfactorio, mejorando la experiencia del cliente.

Objetivo específico 9: Definir las características del servicio al cliente adecuado de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

El personal de la ferretería brinda un asesoramiento adecuado sobre los productos y servicios: El 58.80% de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería brinda un asesoramiento adecuado sobre los productos y servicios. Los resultados difieren con lo encontrado por Rivera et al. (2019) en su investigación Evaluación de la percepción de la atención al cliente de los usuarios de ferretería ACES, JEA S.A. de C.V. de la zona metropolitana de San Salvador, El Salvador; quien encontró que el vendedor se limita a ofrecer y no brinda un asesoramiento constante. La mayoría de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería brinda un asesoramiento adecuado sobre los productos y servicios, lo cual indica un conocimiento sólido del personal y una capacidad efectiva para orientar a los clientes en sus decisiones de compra, mejorando así la experiencia y satisfacción del cliente.

El servicio que recibes en la ferretería cumple con tus expectativas: El 64.70% de los clientes mencionan que casi siempre el servicio que reciben en la ferretería cumple con tus expectativas. Los resultados difieren con lo encontrado por Gómez & Zambrano (2023) en su investigación Análisis de calidad y atención al cliente para la mejora del servicio en restaurantes - Parroquia San Vicente; quien encontró que sobre en las necesidades y expectativas satisfechas, el 41,4% están parcialmente en desacuerdo. La mayoría de los clientes mencionan que casi siempre el servicio que reciben en la ferretería cumple con sus expectativas, lo cual sugiere una consistencia en la calidad del servicio ofrecido, satisfaciendo las necesidades y deseos de los clientes de manera efectiva y positiva.

Te sientes satisfecho con la atención recibida en la ferretería: El 55.90% de los clientes mencionan que casi siempre se sienten satisfechos con la atención recibida en la ferretería. Los resultados difieren con lo encontrado por Gómez & Zambrano (2023) en su investigación Análisis de calidad y atención al cliente para la mejora del servicio en restaurantes - Parroquia San Vicente; quien encontró que sobre en las necesidades y

expectativas satisfechas, el 41,4% están parcialmente en desacuerdo; de igual forma, esto difiere con García (2023) en su investigación titulada: Propuesta de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boticas del distrito de Llamellin, Ancash, 2022; quien menciona que el 55.32% de encuestados a veces no se siente satisfecho con el servicio proporcionado. La mayoría de los clientes mencionan que casi siempre se sienten satisfechos con la atención recibida en la ferretería, lo cual indica una respuesta efectiva a sus necesidades por parte del personal, generando una experiencia positiva que contribuye a la satisfacción general del cliente.

Objetivo específico 10: Definir las características del vocabulario adecuado de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

El personal de la ferretería se comunica contigo de manera clara y comprensible: El 57.40% de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería se comunica contigo de manera clara y comprensible. Los resultados coinciden con lo encontrado por Dominguez (2022) en su investigación titulada: Propuesta de mejora de calidad de servicio y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector del servicio rubro hospedajes de la provincia de Zarumilla, 2022; quien encontró que el 33% percibe que la empresa desarrolla estrategias de comunicación efectivas. La mayoría de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería se comunica de manera clara y comprensible, lo cual refleja una habilidad efectiva en la comunicación por parte del personal, facilitando la interacción y asegurando que las instrucciones y la información sean entendidas sin dificultad por los clientes.

El personal de la ferretería utiliza un vocabulario adecuado y profesional al atender: El 54.40% de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería utiliza un vocabulario adecuado y profesional al atender. Los resultados coinciden con lo encontrado por Dominguez (2022) en su investigación titulada: Propuesta de mejora de calidad de servicio y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector del servicio rubro hospedajes de la provincia de Zarumilla, 2022; quien encontró que el 33% percibe que la empresa desarrolla estrategias de comunicación efectivas. La mayoría de los clientes mencionan que casi siempre el personal de la ferretería utiliza un vocabulario adecuado y profesional al atender, lo cual sugiere una formación en comunicación efectiva y un esfuerzo por mantener un estándar de profesionalismo, mejorando la percepción de competencia y confianza por parte de los clientes. Pues esto demuestra una imagen asertiva de la empresa,

pues se fomenta un clima de interacción adecuada utilizando un lenguaje claro y conciso. El uso de un buen vocabulario contribuye a un dialogo fluido y claro durante el proceso de atención al cliente y la prestación de un servicio de calidad.

El diálogo con el personal de la ferretería es claro y fluido, sin malentendidos: El 50.00% de los clientes mencionan que casi siempre el diálogo con el personal de la ferretería es claro y fluido, sin malentendidos. Los resultados coinciden con lo encontrado por Dominguez (2022) en su investigación titulada: Propuesta de mejora de calidad de servicio y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector del servicio rubro hospedajes de la provincia de Zarumilla, 2022; quien encontró que el 33% percibe que la empresa desarrolla estrategias de comunicación efectivas; de igual forma, esto difiere con Rivera (2019) en su investigación titulada: La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes; quien menciona que una alta calidad en el servicio implica no solo cumplir con las expectativas en términos de productos entregados, tiempos de entrega y precios competitivos, sino también ofrecer un nivel excepcional de atención al cliente, comunicación clara y eficiente. La mayoría de los clientes mencionan que casi siempre el diálogo con el personal de la ferretería es claro y fluido, sin malentendidos, lo cual puede reflejar una comunicación efectiva y comprensible por parte del personal, contribuyendo a una interacción satisfactoria y sin confusiones para los clientes. Mantener un diálogo fluido y constante permite resolver las dudas y solucionar los inconvenientes con relación a la atención permanente hacia los clientes.

Objetivo general: Elaborar una propuesta de mejora de la calidad de servicio para mejorar la atención al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

PLAN DE MEJORA

1. DATOS GENERALES

- RUC:

- Nombre comercial: Ferretería Paredes

- Dirección legal:

2. MISIÓN

Ofrecer a nuestros clientes una amplia gama de herramientas, materiales y servicios de alta calidad, con un enfoque en la atención personalizada y soluciones efectivas para proyectos de construcción, reparación y mejora del hogar.

3. VISIÓN

Convertirnos en la ferretería líder de la región, reconocida por nuestra excelencia en servicio al cliente, innovación en productos y compromiso con el desarrollo sostenible y la satisfacción de las necesidades de nuestra comunidad.

4. OBJETIVOS

- Garantizar un alto nivel de satisfacción del cliente mediante un servicio atento, soluciones personalizadas y una experiencia de compra positiva.
- Mantener un inventario diversificado y actualizado de herramientas, materiales y productos de ferretería para satisfacer las necesidades de todos los clientes.
- Ofrecer productos de alta calidad y marcas confiables que cumplan con los estándares de la industria y las expectativas de los clientes.
- Proporcionar capacitación continua a los empleados para mejorar sus conocimientos, habilidades y competencias en el servicio al cliente y el manejo de productos.

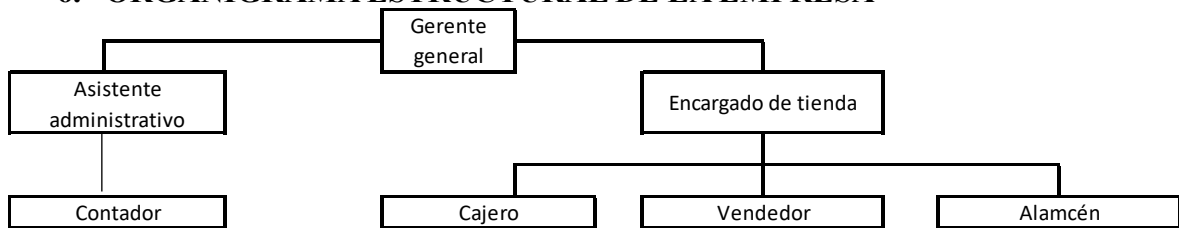
5. PRODUCTOS Y SERVICIOS

Herramientas y materiales de construcción

- Martillos
- Destornilladores
- Llaves inglesas
- Alicates
- Sierras

- Taladros
- Amoladoras
- Sierras eléctricas
- Atornilladores eléctricos
- Lijadoras
- Cemento
- Arena
- Barnices
- Esmaltes
- Brochas y rodillos
- Tornillos, clavos y pernos
- Entre otros.

6. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LA EMPRESA



Fuente: Elaboración propia.

Cargo	Gerente general
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Con estudios en Administración de Empresas. • 5 años de experiencia en gestión de negocios en el sector de ventas minoristas o ferreterías.
Funciones	Responsable de la gestión general de la ferretería, toma de decisiones estratégicas, relaciones con proveedores y manejo financiero.
Cargo	Encargado de tienda
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Bachillerato en administración. • 2 años de experiencia en tareas administrativas.
Funciones	Apoya en tareas administrativas, manejo de inventarios, coordinación de pedidos y documentación.

Cargo	Asistente administrativo
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Bachillerato en administración. • 3 años de experiencia en ventas y atención al cliente.
Funciones	Supervisa las operaciones diarias de la tienda, incluyendo la atención al cliente, gestión del personal y mantenimiento del orden en la tienda.
Cargo	Contador
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Título en Contabilidad. • 2 años de experiencia en contabilidad y finanzas.
Funciones	Maneja las finanzas de la ferretería, incluyendo la contabilidad, pagos a proveedores y gestión de nóminas.
Cargo	Cajero
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria completa. • Experiencia en manejo de caja y atención al cliente.
Funciones	Responsable de las transacciones de venta, manejo de caja registradora y atención al cliente en el punto de venta.
Cargo	Vendedor
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria completa. • 1 año de experiencia en ventas o atención al cliente.
Funciones	Asiste a los clientes, ofrece asesoramiento sobre productos, y ayuda en la venta de herramientas y materiales.
Cargo	Almacén
Perfil	<ul style="list-style-type: none"> • Secundaria completa. • Experiencia previa en gestión de almacenes o inventarios.
Funciones	Encargado del control de inventarios, recepción y organización de mercancías, y preparación de pedidos para entrega o reabastecimiento de la tienda.

7. DIAGNÓSTICO GENERAL

FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	F1: Contar con un local físico F2: Contar con personal con capacidades de aprendizaje en cuanto a atención al cliente F3: Vendedor con experiencia en ventas F4: Acceso a fuentes de financiamiento F5: Ser una empresa formal registrada ante la SUNAT F6: Facilidad del personal a afrontar nuevos escenarios	D1: Falta de conocimientos profesionales de gestión de calidad D2: No se tiene un vínculo laboral fijo con los trabajadores D3: Desconocimiento de datos de las preferencias de los clientes D4: Horario de trabajo de 12 horas D5: Falta de actividades de capacitación con el personal D6: Falta de espacio para atender a una mayor cantidad de comensales
OPORTUNIDAD	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
O1: Los clientes recomiendan la ferretería tras una buena atención O2: Utilización del servicio de delivery O3: Moneda nacional estable O4: Clientes sin fidelizar	O1, O4, F4: Realización de capacitaciones para fortalecer la calidad de atención al cliente. O1, O4, F2, F4: Realizar capacitación al personal para mejorar la atención.	O1, O4, D4, D6: Promocionar y realizar las entregas mediante delivery. O1, O4, D3, D6: Implementar el uso de tecnología en pedidos a través de catálogos promocionales.
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
A1: Incremento de empresas competitivas A2: Incremento de precio por parte de los proveedores A3: Los cambios de tendencia que limitan la venta de algunos productos.	A1, A2, F1, F4: Ofrecer promociones a los clientes. A1, A3, F6: Ofrecer productos diferenciados de la competencia.	A1, A2, D1, D5: Buscar los mejores proveedores para tener productos a un precio más asequible. A1, A3, D1, D3: Mejorar el desempeño ante sus mercados objetivos para su posicionamiento

8. INDICADORES DE GESTIÓN

Indicador	Problema	Causa	Consecuencia
Instalaciones de la ferretería	66.18% de los clientes mencionan que casi nunca las instalaciones de la ferretería están limpias y ordenadas.	Falta de mantenimiento regular y organización adecuada, afectando la percepción y satisfacción del cliente.	Los clientes pueden percibir la ferretería como descuidada e incompetente, lo que puede llevar a una disminución de la confianza y credibilidad en el negocio.
Servicio preciso y sin errores	55,9% de los clientes mencionan que casi nunca el servicio que ofrece la ferretería es preciso y sin errores.	Fallos en la comunicación interna y la falta de formación del personal, afectando la calidad y exactitud del servicio prestado.	Los clientes insatisfechos pueden compartir sus experiencias negativas con otros, ya sea de forma verbal o a través de reseñas en línea, dañando la reputación de la ferretería.
Interacción efectiva	El 48,5% de los clientes mencionan que a veces el personal de la ferretería interactúa de manera efectiva para entender las necesidades.	Falta de entrenamiento específico en habilidades de comunicación y empatía, afectando la capacidad del personal para satisfacer completamente las necesidades del cliente.	Cuando el personal no comprende adecuadamente las necesidades de los clientes, es probable que los productos o servicios ofrecidos no sean los adecuados, lo que resulta en clientes insatisfechos.

9. PROBLEMAS

Problema	Surgimiento del problema
<p>66.18% de los clientes mencionan que casi nunca las instalaciones de la ferretería están limpias y ordenadas.</p>	<p>La falta de suficiente personal para llevar a cabo tareas de limpieza y organización puede resultar en instalaciones desordenadas y sucias.</p> <p>Los empleados pueden estar sobrecargados con otras responsabilidades y no tener tiempo para realizar estas tareas.</p> <p>La carencia de recursos adecuados, como suministros de limpieza, equipos o tiempo dedicado específicamente a estas tareas, puede dificultar el mantenimiento de las instalaciones.</p>
<p>55,9% de los clientes mencionan que casi nunca el servicio que ofrece la ferretería es preciso y sin errores.</p>	<p>El personal no recibe una capacitación adecuada en cuanto a productos, procedimientos y servicio al cliente, es probable que cometan errores con mayor frecuencia.</p> <p>No hay una comunicación clara entre los empleados y los clientes.</p>
<p>El 48,5% de los clientes mencionan que a veces el personal de la ferretería interactúa de manera efectiva para entender las necesidades.</p>	<p>El personal podría carecer de habilidades de comunicación efectiva, lo que dificulta comprender las necesidades específicas de los clientes.</p> <p>La falta de empatía por parte del personal puede hacer que no se pongan en el lugar del cliente para comprender sus necesidades y preocupaciones.</p>

10. ESTABLECER SOLUCIONES

Indicador	Problema	Acciones de mejora
Instalaciones de la ferretería	66.18% de los clientes mencionan que casi nunca las instalaciones de la ferretería están limpias y ordenadas.	Establecer procedimientos de limpieza: 1. Definir y documentar procedimientos claros para la limpieza regular de todas las áreas de la ferretería, incluyendo horarios y responsabilidades específicas para el personal.
Servicio preciso y sin errores	55,9% de los clientes mencionan que casi nunca el servicio que ofrece la ferretería es preciso y sin errores.	Capacitación continua: 1. Proporcionar capacitación regular a todo el personal en productos, procesos de venta, atención al cliente y resolución de problemas para mejorar su conocimiento y habilidades.
Interacción efectiva	El 48,5% de los clientes mencionan que a veces el personal de la ferretería interactúa de manera efectiva para entender las necesidades.	Entrenamiento de productos: 1. Brindar conocimiento detallado sobre los productos y servicios que ofrece la ferretería, permitiendo al personal asesorar adecuadamente a los clientes según sus necesidades.

11. RECURSOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ESTRATEGIAS

Estrategia	Recursos para implementar la estrategia			
	Humanos	Económicos	Tecnológicos	Tiempo
<p>Establecer procedimientos de limpieza:</p> <p>1. Definir y documentar procedimientos claros para la limpieza regular de todas las áreas de la ferretería, incluyendo horarios y responsabilidades específicas para el personal.</p>	Gerente general	S/. 500	Computadora e internet.	15 días
<p>Capacitación continua:</p> <p>1. Proporcionar capacitación regular a todo el personal en productos, procesos de venta, atención al cliente y resolución de problemas para mejorar su conocimiento y habilidades.</p>	Gerente general Encargado de tienda	S/. 800	Computador, internet, proyectores.	30 días.
<p>Entrenamiento de productos:</p> <p>1. Brindar conocimiento detallado sobre los productos y servicios que ofrece la ferretería, permitiendo al personal asesorar adecuadamente a los clientes según sus necesidades.</p>	Gerente general Encargado de tienda	S/. 500	Computadora , internet, celulares	30 días.
Total		S/. 1800		

12. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

N°	Estrategias	Inicio	Termino	Año 2024	
				Junio	Julio
1	<p>Establecer procedimientos de limpieza:</p> <p>Definir y documentar procedimientos claros para la limpieza regular de todas las áreas de la ferretería, incluyendo horarios y responsabilidades específicas para el personal.</p>	03 – 06 – 24	03 – 07 – 24	X	X
2	<p>Capacitación continua:</p> <p>Proporcionar capacitación regular a todo el personal en productos, procesos de venta, atención al cliente y resolución de problemas para mejorar su conocimiento y habilidades.</p>	05 – 06 – 24	05 – 07 – 24	X	X
3	<p>Entrenamiento de productos:</p> <p>Brindar conocimiento detallado sobre los productos y servicios que ofrece la ferretería, permitiendo al personal asesorar adecuadamente a los clientes según sus necesidades.</p>	05 – 06 – 24	05 – 07 – 24	X	X

VI. Conclusiones

Se planteo una propuesta de mejora de la calidad de servicio para mejorar la atención al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, debido a que es de vital importancia promover estrategias para mejorar la calidad de servicio y atención al cliente; impulsar la seguridad, la empatía y el servicio al cliente; pues las empresas que promueven una calidad de servicio mantienen una probabilidad de atraer y preservar a sus clientes, mejorando la calidad de servicio.

- Los clientes manifiestan que nunca las instalaciones se encuentran limpias, lo cual refleja una mala imagen de la ferretería, considera que los equipos y materiales pocas veces se encuentran en buen estado el cual dificulta la entrega de materiales en el tiempo y plazo correspondiente, en su mayoría los clientes consideran que a veces el personal se presenta de manera adecuada y profesional en el servicio que presta dentro de la empresa.
- Los clientes mencionan que en su mayoría la ferretería cumple con los plazos establecidos en sus entregas mostrando su compromiso de trabajo y puntualidad, sin caer en imprecisiones y cometer errores que puedan afectar la buena reputación de la ferretería, en su mayor parte existe una comunicación proactiva relacionado al servicio que presta la empresa hacia los clientes.
- Los clientes en su mayoría consideran que el personal que labora en la ferretería esta disponible para atender las necesidades que se requiera dentro del ámbito de la empresa, a veces el personal muestra flexibilidad en la prestación de los servicios para adaptarse según las necesidades de los consumidores, casi siempre el trabajador resuelve problemas y quejas de manera efectiva y dinámica en cumplimiento de sus obligaciones y estricto respeto hacia los usuarios.
- Los clientes manifiestan que casi siempre la privacidad y confidencialidad es

garantizada por la ferretería durante el desarrollo de sus operaciones con relación a sus ventas y prestación de sus servicios, en su mayoría se sienten seguros de realizar sus operaciones y transacciones dentro de la empresa, a veces es transparente en la información sobre sus servicios y productos que proporciona a sus usuarios con relación a sus ventas.

- Los clientes mencionan que casi siempre el personal escucha con atención las necesidades y problemas que aqueja a los usuarios con relación al servicio que presta la ferretería, además manifiestan los usuarios a veces se recibe una atención personalizada que este acorde con las necesidades del servicio, en su mayoría se manifiesta que el personal muestra actitud amable y servicial en todo momento demostrando compromiso con sus objetivos establecidos.
- Los clientes mencionan casi siempre el personal muestra cualidades positivas durante su atención en los servicios, a veces el trato es cordial con los usuarios al momento de interactuar en la atención, en su mayoría el consumidor se siente valorado durante sus visitas constantes en el uso de los servicios que brinda la ferretería.
- Los clientes mencionan casi siempre el personal demuestra tener los conocimientos necesarios para atender al público usuario sobre la información de los servicios que se brinda, a veces los ambientes de trabajo de la ferretería son agradables y el usuario se siente cómodo durante su permanencia en el establecimiento, casi siempre el empleado muestra disposición oportuna desde la llegada de los usuarios al establecimiento para su atención.
- Los clientes manifiestan que casi siempre el personal tiene empatía demostrando que está capacitado para comprender y entender las necesidades primordiales de los usuarios con relación a los servicios prestados, a veces el empleado interactúa con los consumidores en busca de la participación hacia un mejor entendimiento que sea

más beneficioso hacia el servicio que desee recibir, casi siempre el usuario menciona que les proporcionan en tiempo necesario y adecuado durante su atención de manera satisfactoria.

- Los clientes mencionan casi siempre se brinda un asesoramiento permanente y adecuado sobre los productos y servicios que conllevan a una atención de calidad, casi siempre el servicio que recibe el cliente cumple con las expectativas, mostrando una conducta adecuada, casi siempre el consumidor se siente satisfecho con la atención y el trato recibido en el cumplimiento de sus servicios.
- Los clientes manifiestan casi siempre el personal que labora tiene una comunicación clara y comprensible para un mejor entendimiento de los servicios, casi siempre el vocabulario se utiliza de manera adecuada y profesional al atender, a veces el dialogo con el trabajador es claro y de manera fluida sin malentendidos en la atención que se brinda

VII.Recomendaciones

Desarrollar nuevas investigaciones con relación a la calidad de servicio y atención al cliente dentro de las empresas relacionadas al rubro de ferreterías con el objetivo de determinar irregularidades en la atención y servicio de calidad que se puedan ofrecer dentro de las ferreterías.

- Crear un plan de mantenimiento para con las instalaciones de manera permanente, planificar la reparación de equipos y materiales que aportan en la prestación del servicio para con los usuarios y mejorando la calidad de presentación de nuestro personal, mejorando la imagen de nuestro personal que labora y la imagen de la ferretería.
- Establecer una planificación detallada de los plazos de entrega de materiales en la que contemple el compromiso de la empresa hacia sus clientes, conllevando a la toma de decisiones de manera oportuna y el control permanente de las acciones desarrolladas.
- Promover capacitaciones de manera permanente en relación a las ventas y servicios que presta la ferretería, mejorando los tiempos de capacidad de respuesta con relación a consultas o problemas que pueda suscitar con relación a los productos o servicios que se presta
- Implementar sistemas de tecnología que puedan brindar privacidad para interactuar con los clientes, seguridad en sus transacciones y transparencia en sus acciones, de manera que se pueda gestionar consultas de manera efectiva, segura y oportuna de manera efectiva.
- Promover una enseñanza permanente sobre empatía para que el personal pueda demostrar interés en los problemas de los clientes demostrando una atención personalizada que demuestre actitud amable y servicial.

- Promover el desarrollo profesional, a través de capacitaciones, lo cual queda demostrado que es una manera de promover las cualidades del trabajador y la cordialidad hacia los clientes fortaleciendo el capital humano dentro de la organización.
- Mejorar la asignación de los ambientes del área de trabajo para mejorar el establecimiento que conlleve a una comodidad y satisfacción oportuna durante su atención, de manera adecuada y los conocimientos adecuados que posea el trabajador
- Crear canales digitales diferentes como chats, teléfono, redes sociales, correos electrónicos, en la que se pueda compartir datos con los clientes, recibiendo recomendaciones para la identificación de errores y problemas posteriores en su atención.
- Promover una supervisión adecuada y oportuna al personal que labora, esta supervisión debe ser permanente y neutral, para identificar desorientación del personal enfocadas al asesoramiento adecuado y la satisfacción que se espera desarrollar de manera oportuna y adecuada con un enfoque empresarial.
- Promover una cultura de comunicación y el uso adecuado del vocabulario de manera que exista una comunicación fluida entre el trabajador y el cliente, para mantener una actitud positiva en la venta y prestación de los servicios de la ferretería.

Referencias Bibliográficas

- Abutabenjeh, S., & Jaradat, R. (2018). Clarification of research design, research methods, and research methodology: A guide for public administration researchers and practitioners. *Teaching Public Administration*, 36, 237-258. https://www.researchgate.net/publication/325364832_Clarification_of_research_design_research_methods_and_research_methodology_A_guide_for_public_administratio_n_researchers_and_practitioners
- Aguilar, O. (2023). Micro y pequeñas empresas familiares y no familiares en Latinoamérica: Diferencias en su cultura financiera. *Análisis Económico*, 38, 149-161. <http://www.analisseconomico.azc.uam.mx/index.php/rae/article/view/745/568>
- Ala, M. (2022). *Propuesta de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes en la ciudad de Yungay, 2021* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/30499>
- Arenal, C. (2019). *Gestión de la atención al cliente / consumidor. UF0036*. Tutor Formación. https://open.tutoring.es/guias_didacticas/GDUF0036GestiondeAtencion.pdf
- Aspilcueta, I. (2020). *Características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Ferretería y Negocios Generales Arcadio S.A.C del distrito de Sullana, año 2018* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/17194/ATENCION_CALIDAD_CLIENTE_ASPILCUETA_QUINONES_ISAAC_FERNANDO.pdf
- Barrera, M., Boyat, K., & Ortiz, A. (2021). *Propuesta de un plan de mejora de la atención al cliente por parte del equipo de ventas del almacén MC El Brasil del municipio de Santa Ana, departamento de Santa Ana* [Universidad de El Salvador]. <https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/22493/1/Tesis.2020.pdf>
- Bellomo, S., & Oszlak, O. (2020). *Desafíos de la administración pública en el contexto de la Revolución 4.0*. Konrad Adenauer Stiftung. https://www.kas.de/documents/287460/4262432/desafios_revolucion_4_0.pdf/0cc442c0-6cd4-0001-e06b-49b49a5aef9f
- Bruhn, M. (2023). *Quality Management for Services: Handbook for Successful Quality Management. Principles – Concepts – Methods*. Springer Berlin Heidelberg.

https://www.google.com.pe/books/edition/Quality_Management_for_Services/_wPOEAAAQBAJ

- Burke, H. M., Field, S., González-Calvo, L., Eichleay, M. A., & Moon, T. D. (2019). Quasi-experimental evaluation using confirmatory procedures: A case study of an economic and social empowerment intervention to reduce girls' vulnerability to HIV in rural Mozambique. *Evaluation and Program Planning*, 77. <https://doi.org/10.1016/j.evalprogplan.2019.101721>
- Bustamante, M., Zerda, E., Obando, F., & Tello, M. (2020). Fundamentos de la calidad de servicio, el Modelo Servqual. *Revista Empresarial*, 13, 18-34. https://www.researchgate.net/publication/340903187_Fundamentos_de_calidad_de_servicio_el_modelo_Servqual
- Cabrera, N. (2023). *Propuesta de mejora de la calidad de servicio para la satisfacción de los clientes de la microempresa restaurante turístico Rinconcito Huanuqueño EIRL, Huánuco 2023* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/34697>
- Carvajal, L., Ormeño, J., & Sanz, L. (2019). *FPB - Atención al cliente*. Editex. [https://books.google.com.pe/books?id=MYmXDwAAQBA%0AJ&lpg=PP1&dq=atencion al cliente&hl=es&pg=%0APP1#v=onepage&q=atencion al cliente&f=false%0A](https://books.google.com.pe/books?id=MYmXDwAAQBA%0AJ&lpg=PP1&dq=atencion%20al%20cliente&hl=es&pg=%0APP1#v=onepage&q=atencion%20al%20cliente&f=false%0A)
- Castellano, S., & González, P. (2020). Calidad de servicio en farmacias tradicionales y de autoservicio. *SciELO*, 15. http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842010000400004
- Chávez, A. (2020). *Los convenios de la administración: Entre la gestión pública y la actividad contractual*. TEMIS.
- Dominguez, M. (2022). *Propuesta de mejora de calidad de servicio y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector del servicio rubro hospedajes de la provincia de Zarumilla, 2022* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/29469>
- Ferrer, L., & Ruiz, P. (2022). *Cómo evaluar y mejorar el servicio al cliente de su empresa: una guía de ayuda*. Ediciones de la Universidad de Castilla. https://www.google.com.pe/books/edition/Cómo_evaluar_y_mejorar_el_servicio_al_c/IOFtEAAAQBAJ

- Flick, U. (2020). *Introducing research methodology: thinking your way through your research project*. SAGE Editorial. https://books.google.com.pe/books?id=_Em3DwAAQBAJ&pg=PT16&dq=Flick,+U.+&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj6pI-Kz978AhXHHrkGHU14AokQ6AF6BAgKEAI#v=onepage&q=Fl
- García, M. (2023). *Propuesta de mejora de la gestión de calidad y atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del sector comercio rubro boticas del distrito de Llamellin, Ancash, 2022* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/32668>
- Gómez, C., & Zambrano, J. (2023). Análisis de calidad y atención al cliente para la mejora del servicio en restaurantes - Parroquia San Vicente. *Revista Científica Multidisciplinar Arbitrada Yachasun*, 7, 36–52. <https://editorialibkn.com/index.php/Yachasun/article/view/336>
- Gregory, E. (2020). Methodological Challenges for the Qualitative Researcher: The Use of a Conceptual Framework within a Qualitative Case Study. *London Review of Education*, 18, 126-141. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1251606.pdf>
- Hernández, R., & Mendoza, C. (2019). *Metodología de la investigación* (1.^a ed.). McGRAW-HILL. <https://books.google.com.pe/books?id=GH1dwAEACAAJ&dq=Hernández,+R.,+%26+Mendoza,+C.+&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwj78-ig0N78AhWGLbkGHSEoDJoQ6AF6BAgOEAE>
- Icanaque, Y. (2021). *Características de la gestión de calidad y atención al cliente en la Ferretería y Negocios Generales Arcadio S.A.C del distrito de Sullana, año 2018* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/19605/GESTION_DE_CALIDAD_CLIENTES_MYPES_ICANAQUE_CISNEROS_YESSICA_SOLEDAD.pdf
- Izquierdo, J., & Anastacio, C. (2021). Calidad de servicio en instituciones privadas y públicas: revisión sistemática. *TZHOECOEN*, 13, 84-93. <http://revistas.uss.edu.pe/index.php/tzh/article/view/2002>

- Jelicic, A., Kovacevic, T., & Runjic, E. (2020). Research methodology used in the 50 most cited articles in the field of pediatrics: types of studies that become citation classics. *BMC Med Res Methodol*, 10. <https://bmcmmedresmethodol.biomedcentral.com/articles/10.1186/s12874-020-00940-0>
- Laus, J. (2019). *Satisfacción del cliente en el Perú*. Mercado. <https://www.mercadonegro.pe/columna/satisfaccion-del-cliente-en-el-peru/>
- López, R. (2019). Guía rápida de atención al cliente. *Instasent*.
- López, S. (2020). *Atención al cliente, consumidor y usuario*. Ediciones Paraninfo. books.google.com.pe/books?id=jpzODwAAQBAJ&printsec=frontcover&sa=X&ved=2ahUKEwjxweOFnPL5AhVzLLkGHZniCkAQ6AF6BAgHEAI
- Macías, T., Martínez, G., & Lino, H. (2022). La calidad en el servicio y satisfacción del cliente en el sector ferretero Ecuador. *Polo del conocimiento*, 7. <http://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es>
- Martínez, E., Licon, J., & Rivera, P. (2022). Importancia del servicio al cliente como factor de preferencia comercial en una pyme. *Revista de Investigación Académica Sin Frontera: División de Ciencias Económicas y Sociales*, 17. <https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIASF/articulo/view/463>
- Mateos, M. (2019). *Atención al cliente y calidad en el servicio*. COMM002PO. IC Editorial. [https://books.google.com.pe/books?id=0VcpEAAAQBAJ&lpq=PP1&dq=Mateos%2C%20M.%20\(2019\).%20Atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20y%20calidad%20en%20el%20servicio.%20COMM002PO&pg=PP1#v=onepage&q=Mateos, M. \(2019\). Atención al cliente y calidad en el servicio. COMM002PO&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=0VcpEAAAQBAJ&lpq=PP1&dq=Mateos%2C%20M.%20(2019).%20Atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20y%20calidad%20en%20el%20servicio.%20COMM002PO&pg=PP1#v=onepage&q=Mateos,%20M.%20(2019).%20Atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20y%20calidad%20en%20el%20servicio.%20COMM002PO&f=false)
- Mezones, A. (2020). *Gestión de calidad y atención al cliente en las MYPE rubro ferretería de Frías, año 2020* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. [http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/17604/GESTION DE CALIDAD_MYPE_MEZONES_OROZCO_AURORA_IBELIS.pdf](http://repositorio.uladech.edu.pe/bitstream/handle/123456789/17604/GESTION_DE_CALIDAD_MYPE_MEZONES_OROZCO_AURORA_IBELIS.pdf)
- Monje, C. (2019). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa*. Universidad SurColombiana. <https://www.uv.mx/rmipe/files/2019/02/Guia-didactica-metodologia-de-la-investigacion.pdf>

- Mukherjee, S. (2019). *An Overview of Research Problems, Tasks and Methods*. Taylor & Francis. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.1201/9780429289095/guide-research-methodology-shyama-prasad-mukherjee>
- Naranjo, R. (2020). *La calidad del servicio y satisfacción de los usuarios en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social IESS* [Universidad Técnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/31521/1/04 ADP.pdf>
- Olis, I., Reyes, G., Martín, V., & Villalobos, J. (2021). Crisis empresarial, factores que influyen y alteran la gestión de las empresas en Colombia. *Revista de Ciencias Sociales*, 26, 93-112. <https://www.redalyc.org/journal/280/28069360008/html/>
- Palma, P. (2020). *Gestión de calidad bajo el enfoque de atención al cliente y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro reparación de celulares, distrito de Huaraz, 2018* [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://hdl.handle.net/20.500.13032/22856>
- Patel, M., & Patel, N. (2019). Exploring Research Methodology: Review Article. *International Journal of Research and Review*, 6, 48-55. https://www.ijrrjournal.com/IJRR_Vol.6_Issue.3_March2019/IJRR0011.pdf
- Pincay, M., & Parra, C. (2020). Gestión de la calidad en el servicio al cliente de las PYMES comercializadoras. Una mirada en Ecuador. *Dominio de las Ciencias*, 6, 25. <https://www.dominiodelasciencias.com/ojs/index.php/es/article/view/1341/2340>
- Ramirez, Y. (2023). *Propuestas de mejora de los factores relevantes de la calidad de servicio para la gestión de calidad de las micro y pequeñas empresas, rubro alojamientos de la avenida Fitzcarrald De Huaraz, 2021* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/34509>
- Rivera, I., Avalos, K., & Reyes, I. (2019). *Evaluación de la percepción de la atención al cliente de los usuarios de ferretería ACES, JEA S.A. de C.V. de la zona metropolitana de San Salvador, El Salvador* [Universidad Tecnológica de El Salvador]. <http://biblioteca.utec.edu.sv/siab/virtual/tesis/941001212.pdf>
- Rivera, S. (2019). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de la empresa Greenandes Ecuador* [Universidad Católica de Santiago de Guayaquil]. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/12117/1/T-UCSG-POS-MAE-224.pdf>

- Silva, J., Macías, B., Tello, E., & Delgado, J. (2021). La relación entre la calidad en el servicio, satisfacción del cliente y lealtad del cliente: un estudio de caso de una empresa comercial en México. *SciElo*, 15. <http://www.scielo.org.mx/pdf/cuat/v15n2/2007-7858-cuat-15-02-85.pdf>
- Torres, C. (2019). *Gestión de la atención al cliente/consumidor*. IC Editorial. <https://ebookcentral.proquest.com/lib/bibliocauladechsp/detail.action?docID=5810067&query=dimensiones+de+la+atencion+al+cl>.
- Universidad Católica los Ángeles de Chimbote. (2023). *Código de Ética para la Investigación Versión 005*. Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote. <https://www.studocu.com/pe/document/universidad-privada-san-juan-bautista/mecanica-de-suelos/codigo-de-etica-para-la-investigacion-05/42978946>
- Valdivieso, G. (2020). *Propuesta de mejora en atención al cliente como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las micro y pequeñas del sector comercio, rubro ferretería del distrito de Huaral, 2019* [Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/18447>
- Vasquez, G. (2022). *Propuesta de mejora en la calidad del servicio para la sostenibilidad en el rubro salud caso: Centro de Salud Mental Comunitario El Sol, Imperial-Cañete, 2022* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/27092>
- Zarzosa, F. (2022). *La gestión de calidad bajo el enfoque de calidad de servicio y propuesta de mejora en las micro y pequeñas empresas rubro venta de artículos de abarrotes por mayor y mayor en las tiendas de empresas distribuidoras del distrito de Huaraz* [Universidad Católica los Ángeles de Chimbote]. <https://repositorio.uladech.edu.pe/handle/20.500.13032/30746>
- Zendesk. (2022). *Informe de tendencias de la experiencia del cliente 2022*. Zendesk. https://cxtrends.zendesk.com/es?_ga=2.72866907.973467124.1712360963-1064557389.1712360963

Anexos

Anexo 01. Matriz de consistencia

TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FERRETERÍA PAREDES, YUNGAY, 2024

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema general: ¿Cuál es la propuesta de mejora de la calidad de servicio para mejorar la atención al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024?</p>	<p>Objetivo general: Elaborar una propuesta de mejora de la calidad de servicio para mejorar la atención al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.</p> <p>Objetivos específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definir las características de la tangibilidad de respuesta de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. • Definir las características de la fiabilidad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. • Definir las características de la capacidad de respuesta de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. • Definir las características de la seguridad de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. • Definir las características de la empatía de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. • Definir las características de la amabilidad de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. • Definir las características de la disposición previa de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. • Definir las características de la implicación en la respuesta de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. • Definir las características del servicio al cliente adecuado de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. • Definir las características del vocabulario adecuado de los trabajadores de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024. 	<p>Esta investigación no tiene hipótesis, dado que solo se realizó la identificación de características de las variables calidad de servicio y atención al cliente, pues como bien señala Monje (2019) solo se formulan hipótesis dentro de los estudios que efectúan pronósticos.</p>	<p>Variable 1: Calidad de servicio Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tangibilidad • Fiabilidad • Capacidad de respuesta • Seguridad • Empatía <p>Variable 2: Atención al cliente Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Amabilidad • Disposición previa • Implicancia en la respuesta • Servicio al cliente • Vocabulario adecuado 	<p>Tipo: Cuantitativo</p> <p>Nivel: Descriptivo- de propuesta</p> <p>Diseño: No experimental, transversal</p> <p>Población y muestra:</p> <p>Población: Finita</p> <p>Muestra: 68 clientes</p>

Anexo 02. Instrumento de recolección de información



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

CUESTIONARIO

Este instrumento tiene como objetivo recopilar datos para la investigación: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FERRETERÍA PAREDES, YUNGAY, 2024**. Esta investigación se realiza para obtener el título profesional de Licenciado en Administración.

INSTRUCCIONES:

Por favor, marque una de las opciones que considere más adecuada. Agradecemos su participación en completar este cuestionario.

ESCALA				
Nunca	Casi nunca	A veces	Casi siempre	Siempre
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

N°	Ítems	Escala				
		1	2	3	4	5
Calidad de Servicio						
Dimensión: Tangibilidad						
01	¿Las instalaciones de la ferretería están limpias y ordenadas?					
02	¿Los equipos y materiales de la ferretería se encuentran en buen estado y disponibles?					
03	¿El personal de la ferretería se presenta de manera adecuada y profesional?					
Dimensión: Fiabilidad						
04	¿La ferretería cumple con los plazos de entrega prometidos?					
05	¿El servicio que ofrece la ferretería es preciso y sin errores?					
06	¿El personal de la ferretería se comunica proactivamente sobre el estado del servicio?					
Dimensión: Capacidad de respuesta						
07	¿El personal de la ferretería está disponible y accesible cuando se le necesita?					
08	¿La ferretería muestra flexibilidad en la prestación de sus servicios para adaptarse a las necesidades?					
09	¿El personal de la ferretería resuelve problemas y quejas de manera efectiva?					
Dimensión: Seguridad						
10	¿La ferretería garantiza la privacidad y confidencialidad del cliente?					

11	¿Te sientes seguro realizando transacciones en la ferretería?					
12	¿La ferretería es transparente en la información que proporciona sobre sus servicios y productos?					
	Dimensión: Empatía					
13	¿El personal de la ferretería escucha atentamente las necesidades o problemas?					
14	¿Recibes atención personalizada acorde a tus necesidades específicas en la ferretería?					
15	¿El personal de la ferretería muestra una actitud amable y servicial en todo momento?					
	Atención al cliente	1	2	3	4	5
	Dimensión: Amabilidad					
16	¿El personal de la ferretería muestra cualidades positivas en su trato?					
17	¿El personal de la ferretería es cordial en su trato?					
18	¿Te sientes bienvenido y valorado cuando visitas la ferretería?					
	Dimensión: Disposición previa					
19	¿El personal de la ferretería demuestra tener los conocimientos necesarios para atender?					
20	¿El ambiente de trabajo en la ferretería es agradable y te hace sentir cómodo?					
21	¿El personal está dispuesto a ayudarte desde el primer momento que entras a la ferretería?					
	Dimensión: Implicancia en la respuesta					
22	¿El personal de la ferretería muestra empatía al atender consultas?					
23	¿El personal de la ferretería interactúa de manera efectiva para entender las necesidades?					
24	¿El personal de la ferretería se toma el tiempo necesario para atender adecuadamente?					
	Dimensión: Servicio al cliente					
25	¿El personal de la ferretería brinda un asesoramiento adecuado sobre los productos y servicios?					
26	¿El servicio que recibes en la ferretería cumple con tus expectativas?					
27	¿Te sientes satisfecho con la atención recibida en la ferretería?					
	Dimensión: Vocabulario adecuado					
28	¿El personal de la ferretería se comunica contigo de manera clara y comprensible?					
29	¿El personal de la ferretería utiliza un vocabulario adecuado y profesional al atender?					
30	¿El diálogo con el personal de la ferretería es claro y fluido, sin malentendidos?					

Anexo 03. Ficha técnica de los instrumentos

Validez del instrumento

Ficha de identificación del Experto para proceso de validación	
Nombres y Apellidos: Jhulisa Melissa Huerta Placido N° DNI: 70214317 Edad: 36 Teléfono / Celular: 918919868 Email: jhulisam@hotmail.com	
Título profesional: Contador. Grado Académico: Maestría <input checked="" type="checkbox"/> Doctorado Especialidad: Recursos humanos Institución que labora: Municipalidad Provincial de Yungay	
Identificación del proyecto de Investigación o Tesis Título: PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FERRETERÍA PAREDES, YUNGAY, 2024. Autor(es): Johnny Wiquin Lezama Fructuoso Programa Académico: Administración	
 C.P.C. Jhulisa Melissa Huerta Placido Mat. N° 06 - 3089	
Firma	Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Jhulisa Melissa Huerta Placido

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: JOHNNY WIKUIN LEZAMA FRUCTUOSO Estudiante del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos.

Mi proyecto se titula "PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FERRETERÍA PAREDES, YUNGAY, 2024." y envío

a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de identificación de Experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

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

Atentamente

JOHNNY WIKUIN LEZAMA FRUCTUOSO
DNI: 33348255

Formato de Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FERRETERÍA PAREDES, YUNGAY, 2024.								
	VARIABLE 1: Calidad de servicio	Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
	Dimensión 1: Tangibilidad (instalaciones, equipos y personal)							
1	¿Las instalaciones de la ferretería están limpias y ordenadas?	x		x		x		
2	¿Los equipos y materiales de la ferretería se encuentran en buen estado y disponibles?	x		x		x		
3	¿El personal de la ferretería se presenta de manera adecuada y profesional?	x		x		x		
	Dimensión 2: Fiabilidad (cumplimiento, precisión y comunicación)							
1	¿La ferretería cumple con los plazos de entrega prometidos?	x		x		x		
2	¿El servicio que ofrece la ferretería es preciso y sin errores?	x		x		x		
3	¿El personal de la ferretería se comunica proactivamente sobre el estado del servicio?	x		x		x		
	Dimensión 3: Capacidad de respuesta (disponibilidad, flexibilidad y capacidad)							

1	¿El personal de la ferretería está disponible y accesible cuando se le necesita?	x		x		x		
2	¿La ferretería muestra flexibilidad en la prestación de sus servicios para adaptarse a las necesidades?	x		x		x		
3	¿El personal de la ferretería resuelve problemas y quejas de manera efectiva?	x		x		x		
Dimensión 4: Seguridad (privacidad, seguridad y transparencia)								
1	¿La ferretería garantiza la privacidad y confidencialidad del cliente?	x		x		x		
2	¿Te sientes seguro realizando transacciones en la ferretería?	x		x		x		
3	¿La ferretería es transparente en la información que proporciona sobre sus servicios y productos?	x		x		x		
Dimensión 5: Empatía (escucha, atención y actitud)								
1	¿El personal de la ferretería escucha atentamente las necesidades o problemas?	x		x		x		
2	¿Recibes atención personalizada acorde a tus necesidades específicas en la ferretería?	x		x		x		
3	¿El personal de la ferretería muestra una actitud amable y servicial en todo momento?	x		x		x		

	VARIABLE 2: Atención al cliente							
	Dimensión 1: Amabilidad (cualidades y cordialidad)							
1	¿El personal de la ferretería muestra cualidades positivas en su trato?	x		x		x		
2	¿El personal de la ferretería es cordial en su trato?	x		x		x		
3	¿Te sientes bienvenido y valorado cuando visitas la ferretería?	x		x		x		
	Dimensión 2: Disposición Previa (conocimientos y ambiente de trabajo)							
1	¿El personal de la ferretería demuestra tener los conocimientos necesarios para atender?	x		x		x		
2	¿El ambiente de trabajo en la ferretería es agradable y te hace sentir cómodo?	x		x		x		
3	¿El personal está dispuesto a ayudarte desde el primer momento que entras a la ferretería?	x		x		x		
	Dimensión 3: Implicancia en la respuesta (empatía e interacción)							
1	¿El personal de la ferretería muestra empatía al atender consultas?	x		x		x		

2	¿El personal de la ferretería interactúa de manera efectiva para entender las necesidades?	x		x		x		
3	¿El personal de la ferretería se toma el tiempo necesario para atender adecuadamente?	x		x		x		
Dimensión 4: Servicio al cliente (asesoramiento y satisfacción)								
1	¿El personal de la ferretería brinda un asesoramiento adecuado sobre los productos y servicios?	x		x		x		
2	¿El servicio que recibes en la ferretería cumple con tus expectativas?	x		x		x		
3	¿Te sientes satisfecho con la atención recibida en la ferretería?	x		x		x		
Dimensión 5: Vocabulario adecuado (facilidad y dialogo)								
1	¿El personal de la ferretería se comunica contigo de manera clara y comprensible?	x		x		x		
2	¿El personal de la ferretería utiliza un vocabulario adecuado y profesional al atender?	x		x		x		
3	¿El diálogo con el personal de la ferretería es claro y fluido, sin malentendidos?	x		x		x		

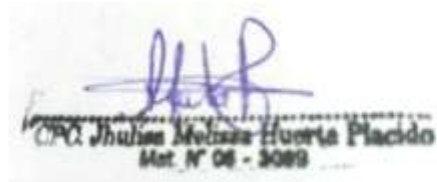
Recomendaciones:

.....
...

Opinión de Experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos del experto: CPC Jhulisa Melissa Huerta Placido

DNI: 70214317



CPC Jhulisa Melissa Huerta Placido
Mat. N° 08 - 3089

Firma

Ficha de identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:

Ivette Cecilia Ortega Vega

Nº DNI: 70140563

Edad: 27

Teléfono / Celular: 960164144 Email: teviortega.27@hotmail.com

Título profesional: Administración.

Grado Académico: Maestría x Doctorado _____

Especialidad:

Gestión pública

Institución que labora:

Red de Salud Huaylas Norte Hospital de Apoyo de Yungay

Identificación del proyecto de Investigación o Tesis

Título:

PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FERRETERÍA PAREDES, YUNGAY, 2024.

Autor(es):

Johnny Wiquín Lezama Fructuoso

Programa Académico:

Administración


Lic. Adm. Ivette C. Ortega Vega
Jefa de la Unidad de Logística

Firma



Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Ivette Cecilia Ortega Vega

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: JOHNNY WIKUIN LEZAMA FRUCTUOSO Estudiante del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos. Mi proyecto se titula "PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FERRETERÍA PAREDES, YUNGAY, 2024," y envío a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de identificación de Experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

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

Atentamente


JOHNNY WIKUIN LEZAMA FRUCTUOSO
DNI: 33348255

Formato de Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FERRETERÍA PAREDES, YUNGAY, 2024.								
VARIABLE 1: Calidad de servicio		Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
Dimensión 1: Tangibilidad (instalaciones, equipos y personal)		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Las instalaciones de la ferretería están limpias y ordenadas?	x		x		x		
2	¿Los equipos y materiales de la ferretería se encuentran en buen estado y disponibles?	x		x		x		
3	¿El personal de la ferretería se presenta de manera adecuada y profesional?	x		x		x		
Dimensión 2: Fiabilidad (cumplimiento, precisión y comunicación)								
1	¿La ferretería cumple con los plazos de entrega prometidos?	x		x		x		
2	¿El servicio que ofrece la ferretería es preciso y sin errores?	x		x		x		
3	¿El personal de la ferretería se comunica proactivamente sobre el estado del servicio?	x		x		x		
Dimensión 3: Capacidad de respuesta (disponibilidad, flexibilidad y capacidad)								

1	¿El personal de la ferretería está disponible y accesible cuando se le necesita?	x		x		x		
2	¿La ferretería muestra flexibilidad en la prestación de sus servicios para adaptarse a las necesidades?	x		x		x		
3	¿El personal de la ferretería resuelve problemas y quejas de manera efectiva?	x		x		x		
Dimensión 4: Seguridad (privacidad, seguridad y transparencia)								
1	¿La ferretería garantiza la privacidad y confidencialidad del cliente?	x		x		x		
2	¿Te sientes seguro realizando transacciones en la ferretería?	x		x		x		
3	¿La ferretería es transparente en la información que proporciona sobre sus servicios y productos?	x		x		x		
Dimensión 5: Empatía (escucha, atención y actitud)								
1	¿El personal de la ferretería escucha atentamente las necesidades o problemas?	x		x		x		
2	¿Recibes atención personalizada acorde a tus necesidades específicas en la ferretería?	x		x		x		
3	¿El personal de la ferretería muestra una actitud amable y servicial en todo momento?	x		x		x		

	VARIABLE 2: Atención al cliente							
	Dimensión 1: Amabilidad (cualidades y cordialidad)							
1	¿El personal de la ferretería muestra cualidades positivas en su trato?	x		x		x		
2	¿El personal de la ferretería es cordial en su trato?	x		x		x		
3	¿Te sientes bienvenido y valorado cuando visitas la ferretería?	x		x		x		
	Dimensión 2: Disposición Previa (conocimientos y ambiente de trabajo)							
1	¿El personal de la ferretería demuestra tener los conocimientos necesarios para atender?	x		x		x		
2	¿El ambiente de trabajo en la ferretería es agradable y te hace sentir cómodo?	x		x		x		
3	¿El personal está dispuesto a ayudarte desde el primer momento que entras a la ferretería?	x		x		x		
	Dimensión 3: Implicancia en la respuesta (empatía e interacción)							
1	¿El personal de la ferretería muestra empatía al atender consultas?	x		x		x		

2	¿El personal de la ferretería interactúa de manera efectiva para entender las necesidades?	x		x		x		
3	¿El personal de la ferretería se toma el tiempo necesario para atender adecuadamente?	x		x		x		
Dimensión 4: Servicio al cliente (asesoramiento y satisfacción)								
1	¿El personal de la ferretería brinda un asesoramiento adecuado sobre los productos y servicios?	x		x		x		
2	¿El servicio que recibes en la ferretería cumple con tus expectativas?	x		x		x		
3	¿Te sientes satisfecho con la atención recibida en la ferretería?	x		x		x		
Dimensión 5: Vocabulario adecuado (facilidad y diálogo)								
1	¿El personal de la ferretería se comunica contigo de manera clara y comprensible?	x		x		x		
2	¿El personal de la ferretería utiliza un vocabulario adecuado y profesional al atender?	x		x		x		
3	¿El diálogo con el personal de la ferretería es claro y fluido, sin malentendidos?	x		x		x		

Ficha de identificación del Experto para proceso de validación

Nombres y Apellidos:

Rolando Joel Figueroa Placido

Nº DNI: 33341609

Edad: 52

Teléfono / Celular: 943306701 Email: choque104@hotmail.com

Título profesional: Contador.

Grado Académico: Maestría Doctorado

Especialidad:

Gestión pública

Institución que labora:

Unidad de Gestión Educativa - Yungay

Identificación del proyecto de Investigación o Tesis

Título:

PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FERRETERÍA PAREDES, YUNGAY, 2024.

Autor(es):

Johnny Wiquin Lezama Fructuoso

Programa Académico:

Administración




ROLANDO JOEL FIGUEROA PLACIDO
DIRECTOR DEL ÁRBITRO ADMINISTRATIVO
UNIDAD GESTIÓN EDUCATIVA

Firma

Huella digital

Formato de Carta de Presentación al Experto

CARTA DE PRESENTACIÓN

Magister / Doctor: Rolando Joel Figueroa Placido

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: JOHNNY WIQUIN LEZAMA FRUCTUOSO Estudiante del programa académico de Administración de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, debo realizar el proceso de validación de mi instrumento de recolección de información, motivo por el cual acudo a Ud. Para su participación en el Juicio de Expertos. Mi proyecto se titula "PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FERRETERÍA PAREDES, YUNGAY, 2024." y envío

a Ud. el expediente de validación que contiene:

- Ficha de identificación de Experto para proceso de validación
- Carta de presentación
- Matriz de operacionalización de variables
- Matriz de consistencia
- Ficha de validación

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

Atentamente


JOHNNY WIQUIN LEZAMA FRUCTUOSO
DNI: 33348255

Formato de Ficha de Validación

FICHA DE VALIDACIÓN								
TÍTULO: PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FERRETERÍA PAREDES, YUNGAY, 2024.								
VARIABLE 1: Calidad de servicio		Relevancia		Pertinencia		Claridad		Observaciones
Dimensión 1: Tangibilidad (instalaciones, equipos y personal)		Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	Cumple	No cumple	
1	¿Las instalaciones de la ferretería están limpias y ordenadas?	x		x		x		
2	¿Los equipos y materiales de la ferretería se encuentran en buen estado y disponibles?	x		x		x		
3	¿El personal de la ferretería se presenta de manera adecuada y profesional?	x		x		x		
Dimensión 2: Fiabilidad (cumplimiento, precisión y comunicación)								
1	¿La ferretería cumple con los plazos de entrega prometidos?	x		x		x		
2	¿El servicio que ofrece la ferretería es preciso y sin errores?	x		x		x		
3	¿El personal de la ferretería se comunica proactivamente sobre el estado del servicio?	x		x		x		
Dimensión 3: Capacidad de respuesta (disponibilidad, flexibilidad y capacidad)								

1	¿El personal de la ferretería está disponible y accesible cuando se le necesita?	x		x		x		
2	¿La ferretería muestra flexibilidad en la prestación de sus servicios para adaptarse a las necesidades?	x		x		x		
3	¿El personal de la ferretería resuelve problemas y quejas de manera efectiva?	x		x		x		
Dimensión 4: Seguridad (privacidad, seguridad y transparencia)								
1	¿La ferretería garantiza la privacidad y confidencialidad del cliente?	x		x		x		
2	¿Te sientes seguro realizando transacciones en la ferretería?	x		x		x		
3	¿La ferretería es transparente en la información que proporciona sobre sus servicios y productos?	x		x		x		
Dimensión 5: Empatía (escucha, atención y actitud)								
1	¿El personal de la ferretería escucha atentamente las necesidades o problemas?	x		x		x		
2	¿Recibes atención personalizada acorde a tus necesidades específicas en la ferretería?	x		x		x		
3	¿El personal de la ferretería muestra una actitud amable y servicial en todo momento?	x		x		x		

	VARIABLE 2: Atención al cliente						
	Dimensión 1: Amabilidad (cualidades y cordialidad)						
1	¿El personal de la ferretería muestra cualidades positivas en su trato?	x		x		x	
2	¿El personal de la ferretería es cordial en su trato?	x		x		x	
3	¿Te sientes bienvenido y valorado cuando visitas la ferretería?	x		x		x	
	Dimensión 2: Disposición Previa (conocimientos y ambiente de trabajo)						
1	¿El personal de la ferretería demuestra tener los conocimientos necesarios para atender?	x		x		x	
2	¿El ambiente de trabajo en la ferretería es agradable y te hace sentir cómodo?	x		x		x	
3	¿El personal está dispuesto a ayudarte desde el primer momento que entras a la ferretería?	x		x		x	
	Dimensión 3: Implicancia en la respuesta (empatía e interacción)						
1	¿El personal de la ferretería muestra empatía al atender consultas?	x		x		x	

2	¿El personal de la ferretería interactúa de manera efectiva para entender las necesidades?	x		x		x		
3	¿El personal de la ferretería se toma el tiempo necesario para atender adecuadamente?	x		x		x		
Dimensión 4: Servicio al cliente (asesoramiento y satisfacción)								
1	¿El personal de la ferretería brinda un asesoramiento adecuado sobre los productos y servicios?	x		x		x		
2	¿El servicio que recibes en la ferretería cumple con tus expectativas?	x		x		x		
3	¿Te sientes satisfecho con la atención recibida en la ferretería?	x		x		x		
Dimensión 5: Vocabulario adecuado (facilidad y diálogo)								
1	¿El personal de la ferretería se comunica contigo de manera clara y comprensible?	x		x		x		
2	¿El personal de la ferretería utiliza un vocabulario adecuado y profesional al atender?	x		x		x		
3	¿El diálogo con el personal de la ferretería es claro y fluido, sin malentendidos?	x		x		x		

Recomendaciones:

.....
...

Opinión de Experto: Aplicable (x) Aplicable después de modificar () No aplicable ()

Nombres y Apellidos del experto: CPC Rolando Joel Figueroa Placido DNI: 33341609

Firma



The image shows a handwritten signature in blue ink over a circular official stamp. The stamp contains the text: 'CPC ROLANDO J. FIGUEROA PLACIDO', 'DIRECTOR DEL CENTRO EXPERIMENTAL', and 'AREA DE INVESTIGACION'. The signature is written in a cursive style.

Confiabilidad del instrumento

Calidad de servicio:

Alfa de Cronbach	N de elementos
,907	15

Análisis de fiabilidad ($\alpha = 0,907$).

Análisis: El coeficiente de alfa de Cronbach es 0,907, lo que significa que las escalas valorativas sobre la calidad de servicio tienen un grado de confiabilidad excelente.

Atención al cliente:

Alfa de Cronbach	N de elementos
,911	15

Análisis de fiabilidad ($\alpha = 0,911$).

Análisis: El coeficiente de alfa de Cronbach es 0,911, lo que significa que las escalas valorativas sobre la atención al cliente tienen un grado de confiabilidad excelente.

Por lo tanto, del análisis de confiabilidad, se determina que existe evidencia de validez de constructo. Es decir, se corrobora estadísticamente que las dimensiones del constructo en estudio responden al modelo teórico establecido.

Como criterio general, Flick (2020) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los coeficientes de alfa de Cronbach:

- Coeficiente alfa >0.9 es excelente
- Coeficiente alfa >0.8 es bueno
- Coeficiente alfa >0.7 es aceptable
- Coeficiente alfa >0.6 es cuestionable
- Coeficiente alfa >0.5 es pobre
- Coeficiente alfa <0.5 es inaceptable

Anexo 04. Formato de consentimiento informado u otros



PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Ciencias Sociales)

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

La presente investigación se titula: Propuesta de mejora de la calidad de servicio para mejorar la atención al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024, la cual es dirigido por LEZAMA FRUCTUOSO, JOHNNY WIQUIN, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: Elaborar una propuesta de mejora de la calidad de servicio para mejorar la atención al cliente de la Ferretería Paredes, Yungay, 2024.

Para ello, se le invita a participar en la siguiente encuesta física que le tomará 10 minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de medios oficiales. Si desea, también podrá escribir al correo lezama1@gmail.com para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

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

Nombre: _____.

Fecha: _____

Correo electrónico: _____

Firma del participante: _____

Firma del investigador: _____

Documento de aprobación de institución para la recolección de información



Chimbote, 23 de junio del 2024

CARTA N° 0000000989- 2024-CGI-VI-ULADECH CATÓLICA

Señor/a:

Presente.-

A través del presente reciba el cordial saludo a nombre del Vicerrectorado de Investigación de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, asimismo solicito su autorización formal para llevar a cabo una investigación titulada PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCION AL CLIENTE DE LA FERRETERIA PAREDES, YUNGAY, 2024, que involucra la recolección de información/datos en 68, a cargo de JOHNNY WIQUIN LEZAMA FRUCTUOSO, perteneciente a la Escuela Profesional de la Carrera Profesional de ADMINISTRACIÓN, con DNI N° 33348255, durante el período de 01-06-2024 al 15-06-2024.

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

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

Atentamente.



Dr. Willy Valle Salvatierra
Coordinador de Gestión de Investigación

Evidencias de ejecución

DECLARACIÓN JURADA

Yo, JOHNNY WIQUIN LEZAMA FRUCTUOSO, identificado (a) con DNI:
33348255,

con domicilio real: en Av. Arias Grassiani S/N , Distrito de Yungay, Provincia Yungay,
Departamento Ancash,

DECLARO BAJO JURAMENTO,

En mi condición de (estudiante/bachiller) de Administración con código de estudiante:
1211161045 de la Escuela Profesional de Administración, Facultad de Ciencias e Ingeniería
de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, semestre académico 2024-1:

1. Que los datos consignados en la tesis titulada: PROPUESTA DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA FERRETERÍA PAREDES, YUNGAY, 2024

Doy fe que esta declaración corresponde a la verdad

Yungay 02 de junio de 2024



Firma del estudiante/bachiller

DNI 33348255



Huella Digital