

UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN



**“PROGRAMA DE CALIDAD TOTAL, PARA MEJORAR LA
CALIDAD DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA
MEL SAC.”**

Tesis

AUTORES:

BACH. VENEGAS ESPEJO DIEGO
BACH. VILLANUEVA PORRAS LUIS ANGEL

ASESORA:

LIC. ADMI. ROSA VIDALON MORENO

PRESENTACIÓN

SEÑORES MIEMBROS DEL JURADO:

Dando cumplimiento con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración el presente trabajo de investigación titulado: “**PROGRAMA DE CALIDAD TOTAL, PARA MEJORAR LA CALIDAD DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA MEL SAC.**”, luego de haber culminado nuestros estudios en esta superior casa de estudios donde nos formamos profesionalmente para estar al servicio de la sociedad.

El presente trabajo realizado con el propósito de obtener el Título de Licenciado en Administración, es producto de una investigación ardua y constante que busca garantizar a la empresa, y darle una orientación adecuada de sus acciones y estrategias, para satisfacer las necesidades de sus actuales, y también la de sus potenciales consumidores y obtener la posibilidad de realizar una venta en menos tiempo para la completa satisfacción del cliente.

Atentamente.

Bach. VENEGAS ESPEJO DIEGO GIANFRANCO
Bach. VILLANUEVA PORRAS LUIS ANGEL

DEDICATORIA

Queremos dedicar este proyecto de a tesis primero a Dios por darnos la vida, a nuestras familias y a nuestros amigos que siempre nos brindaron su compañía y apoyo incondicional.

AGRADECIMIENTOS

Antes que a todos queremos agradecer a Dios por darnos las fuerzas necesarias en los momentos en que más las necesitamos y bendecirnos con la posibilidad de caminar a su lado durante toda mi vida.

También quiero agradecer a los trabajadores y dueños de la empresa MEL SAC, que tuvieron la amabilidad de responder la encuesta de esta investigación.

Quiero darles las gracias a todos los profesores que hicieron de nosotros unos buenos estudiantes y unas mejores personas. En particular a nuestra profesora tutora, la licenciada Rosa Vidalon Moreno, quien nos orientó durante toda la investigación y especialmente por sus consejos durante el tiempo que duró este proyecto de tesis.

RESUMEN

La presente investigación se ha realizado con el propósito de demostrar que la implementación de un programa de calidad mejoraría significativamente la calidad de atención al cliente en la empresa MEL S.A.C., de la ciudad de Trujillo.

En el primer capítulo se describe la realidad problemática, haciendo énfasis en la necesidad de contar con una estrategia para mejorar la calidad de atención al cliente. Se plantea la problemática, se establece el objetivo general y los objetivos específicos de la presente tesis, así como los antecedentes, justificaciones e hipótesis. El segundo capítulo refiere al marco teórico y conceptual y la importancia de incluir una estrategia definida a alcanzar una posición competitiva optando por aplicar un sistema de calidad total. En el tercer capítulo se expone los materiales y procedimientos, definiéndose la población y muestra, además de fuentes, técnicas e instrumentos empleados para conseguir información. En el cuarto capítulo se exponen la evaluación y resultados de la información obtenida por clientes y colaboradores, en cuanto a satisfacción del cliente, nivel de importancia hacia las quejas, tiempo de atención por cliente, criterio de calidad con respecto al servicio brindado, horario de atención al cliente, capacitación continua, clima laboral. Se responde el objetivo general y específico de la tesis; y se enuncian las recomendaciones para aumentar el valor al cliente en la empresa.

En la presente investigación han participado 196 clientes y 06 trabajadores del área de ventas de la empresa, a los quienes se les aplico las técnicas de

la encuesta y la entrevista, para lo cual se elaboro un cuestionario y una guía de entrevista respectivamente. Se utilizó el diseño de en línea con pre y post test de un solo grupo.

Los resultados de la investigación han permitido determinar que es oportuna y necesaria la implementación de un programa de calidad total, considerando la ampliación del nivel de satisfacción de los clientes, la creación de una política de servicio y atención al cliente, seguida de un protocolo de atención, impulsado por una capacitación con la finalidad de conseguir una mejora continua y significativa de la calidad de atención al cliente en la empresa MEL S.A.C., de la ciudad de Trujillo.

Palabras clave:

Calidad total
Atención al cliente
Estrategia
Mejora continua
Nivel de satisfacción

ABSTRACT

This research was conducted in order to demonstrate that the implementation of a quality program significantly improves the quality of customer service in the business MEL SAC, of the city of Trujillo

They have participated in this investigation 196 customers and 06 employees of the sales of the company, to which we applied the techniques of survey and interview, for which a questionnaire and an interview guide was drawn respectively. Design in line with pre and post test single group was used.

The research results have identified that it is timely and necessary to implement a total quality program because it involves the participation of the company as such and staff as partners which is manifested in a significant improvement in the quality of care client company MEL SAC, of the city of Trujillo.

ÍNDICE

CARÁTULA	<i>i</i>
PRESENTACIÓN	<i>ii</i>
DEDICATORIA.....	<i>iii</i>
AGRADECIMIENTO	<i>iv</i>
RESUMEN	<i>v</i>
ABSTRACT	<i>vii</i>
ÍNDICE	<i>viii</i>

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática.....	02
1.2 Enunciado del problema.....	05
1.3 Antecedentes del problema.....	05
1.4 Justificación.....	06
1.5 Hipótesis.....	07
1.6 Objetivos	07
1.6.1. Objetivo General.....	07
1.6.2. Objetivos Específicos	08

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

2.1 Marco

teórico.....10

2.2 Marco Conceptual.....26

CAPÍTULO III

MATERIALES Y PROCEDIMIENTOS

3.1 Materiales..... 29

3.1.1 Población..... 29

3.1.2 Marco Muestral..... 29

3.1.3 Muestra..... 30

3.1.4 Teorías e instrumentos de módulos de datos..... 31

3.2 Procedimiento..... 33

3.2.1 Diseño de contrastación..... 33

3.2.2 Análisis de variables..... 34

3.2.3 Procesamiento y análisis de datos..... 34

CAPÍTULO IV

PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Presentación de resultados..... 36

CAPÍTULO V

5.1 Propuesta del Programa de Calidad Total	58
---	----

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones	68
Recomendaciones.....	69

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	72
---	----

ANEXOS	74
---------------------	----

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática:

La palabra calidad puede ser en este momento algo muy familiar para la mayoría de las personas que se relacionan con el medio empresarial o de servicios. De hecho podría considerarse como la "moda" actual. No obstante y a pesar de la rápida difusión que ha tenido este concepto, pocos son los que verdaderamente se preocupan por conocer la naturaleza y aplicabilidad que tiene la calidad como estrategia para impulsar el desarrollo integral de las empresas sea cual sea la actividad a la que se dediquen.

MEL S.A.C. es una conocida empresa dedicada a la venta de prendas para niños (as) con modelos muy variados y precios accesibles, pero a pesar de la gran variedad de productos, presenta deficiencias en el proceso de atención al cliente, trayendo como consecuencias: insatisfacción del cliente, motivándolo a optar por otras empresas competidoras del rubro, impidiéndole así el desarrollo permanente de la organización.

La calidad de atención al cliente es un proceso encaminado a la consecución de la satisfacción total de los requerimientos y necesidades de los mismos, así como también atraer cada vez un mayor número de clientes por medio de un posicionamiento tal, que lleve a éstos a realizar gratuitamente la publicidad persona a persona.

En tal sentido, los clientes constituyen el elemento vital de cualquier organización. Sin embargo, son pocas las organizaciones que consiguen adaptarse a las necesidades de sus clientes ya sea en cuanto a calidad, eficiencia o servicio personal. Es por ello que el gerente del comercial MEL SAC debe mejorar la calidad del servicio que ofrecen a sus clientes, ya que no es cuestión de elección: la vida de la organización depende de ello.

Comercial MEL SAC es una de las empresas de su rubro que mantiene una posición y categoría privilegiada, siendo una de las organizaciones comerciales más sólida, rentable y eficiente dentro del segmento de la competencia. Sin embargo dado el gran tamaño de la cartera de clientes y su crecimiento constante, requiere día a día diseñar estrategias que le permita permanecer en su posición actual, la cual ha sido lograda en un mercado de grandes variedades.

De tal forma, para mantener una organización en el mercado, es necesario entre otras cosas mejorar continuamente el lugar de trabajo, enfocándolo hacia la calidad de bienes y servicios, haciendo que esta actitud sea un factor que prevalezca en todas las actuaciones, por consiguiente la atención al cliente comprende todas las actividades que la empresa o sus empleados desarrollan o efectúan, para satisfacerlos, implicando algo más que oír sus quejas, cambiar un servicio y sonreír ante ellos.

Debido a esto, en los últimos años las tendencias administrativas se han dirigido hacia la creación de una cultura de servicio por medio de enfoques gerenciales que proporcionan métodos y herramientas para transformar una organización en un negocio dirigido al cliente y orientado hacia el servicio, consagrando la excelencia como el norte de cualquier acción emprendedora.

1.2 Enunciado del Problema

¿De qué manera la elaboración y propuesta de implementación de un programa de calidad total mejorara la calidad de la atención al cliente de la empresa MEL S.A.C. en la ciudad de Trujillo?

1.3 Antecedentes

- Quipuzcoa, H. (1998). *Propuesta de estrategia para optimizar el servicio personalizado de atención al cliente en el Hotel El Gran Bolívar - La Libertad*. Tesis pre grado, Universidad Nacional de Trujillo, La Libertad, Perú. Este trabajo trató de demostrar la optimización del servicio personalizado de atención al cliente en la empresa Hotel El Gran Bolívar, basado principalmente en los procesos de alojamiento, alimentación y servicios complementarios que exige el contacto directo con los clientes.

- González, F. (2003). *Evaluación de la calidad del servicio presentado en el Departamento de Atención al Cliente, de Interbank y Scotia Bank, orientado a la optimización del proceso de atención al cliente*. Tesis pre grado, Universidad Privada del Norte, La Libertad, Perú. El autor sugiere mejorar la calidad de los servicios de atención al

cliente de manera que llene las expectativas de información financiera de los mismos, para lo cual la Gerencia debe inducir a los empleados en los instrumentos financieros más idóneos para satisfacer las necesidades de los clientes, así como también motivar a los empleados de modo que ellos se sientan satisfechos con ellos mismos y puedan mejorar el servicio que prestan a los clientes de la organización, por lo cual recomienda desarrollar programas de capacitación para actualizar los conocimientos

1.4 Justificación:

Hemos observado que en la actualidad las empresas están en gran competencia por obtener el mayor número de clientes posibles, por lo que es importante una adecuada atención que permita captar y crear fidelización de más clientes, y de esta manera tener mayores utilidades y ser más reconocidos dentro del segmento de mercado para niños y bebés.

También se justifica en el sentido que la investigación nos permitirá describir si la implementación de un programa de calidad total para mejorar la calidad de atención al cliente, lo cual debe ser la parte fundamental de la filosofía de un negocio y el enfoque central del plan estratégico de la empresa MEL SAC.

Una vez culminado el trabajo de implementación de un programa de calidad total va servir de base a las empresas dedicadas al segmento de niños y bebés, para que alcancen un aumento de productividad, eficacia y eficiencia en la calidad de servicio, ya que esto significa el elemento clave del éxito de las empresas.

1.5 Hipótesis

La elaboración y propuesta de implementación de un programa de calidad total mejorara significativamente la calidad de atención al cliente en la empresa MEL S.A.C.

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Elaborar y proponer implementar un programa de calidad total para mejorar la calidad de atención al cliente en la empresa MEL S.A.C

1.6.2 Objetivos específicos

- Diagnosticar la situación actual del servicio de atención al cliente de comercial MEL SAC.
- Determinar los factores que inciden en la fuerza de trabajo a la hora de prestar un servicio.
- Describir los aspectos más resaltantes del programa de calidad total y proponer los lineamientos generales para la adecuada implementación en la empresa MEL SAC.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO Y

CONCEPTUAL

2.1 - Marco Teórico

2.1.1 Definición de calidad

La calidad no es un fenómeno abstracto, sino que está definida concretamente mediante las características o especificaciones técnicas del producto o servicio. De lo anterior se desprende la necesidad de definir claramente la calidad específica. Deming (1993) sostiene que la calidad no es otra cosa más que "Una serie de cuestionamientos hacia una mejora continua".

Cuando los clientes obtienen productos de calidad las compañías logran aumentar sus ingresos y al lograr esto, la economía crece. Juran (1998) argumenta que la calidad es "La adecuación para el uso satisfaciendo las necesidades del cliente". El considera que la calidad como atributo de toda empresa, no debe ser relegada a las acciones que contemple un departamento que sea creado con el fin de asegurarla. Debe ser parte del proceso de elaboración o prestación de los bienes o servicios, debiendo existir un serio compromiso de todo el personal para alcanzarla de manera preventiva, es decir, no esperar que se detecten defectos para evitarlos. La consecución de la calidad no se delega, sino que todos debemos ser protagonistas para alcanzarla. Deberá ser una filosofía que sostenga el comportamiento de todos en la empresa. Se deduce uno de los planteamientos valiosos de Juran: el ser humano es incorporado de manera vital y directa en el arte de lograr calidad, en cuanto es parte de un proceso de auto-supervisión individual y directa. (Suárez, 2006).

2.1.2 Gestión de calidad

De acuerdo con Atkinson (1990), la gestión de la calidad es el compromiso de toda una organización para hacer bien las cosas, es decir, afecta a cada persona en una organización y por lo tanto, para que la gestión de la calidad sea próspera y exitosa, debe ser aceptada por todos los integrantes de la organización. Oakland (1989) sugiere que gestión de la calidad, es una forma global de mejorar la eficacia y flexibilidad del negocio, mediante la incursión de una revolución cultural. James (1997), afirma que la gestión de la calidad, es una filosofía de dirección generada por una orientación práctica, que concibe un proceso que visiblemente ilustra su compromiso de crecimiento y de supervivencia organizativa, es decir, acción enfocada hacia la mejora de la calidad en el trabajo y a la organización como un todo.

La gestión de la calidad entonces, se puede considerar como el modo de dirección de una empresa, centrado en la calidad y basado en la participación de todos los miembros que apunta a la satisfacción del cliente y al beneficio de todos los integrantes de la sociedad. Por otra parte, se considera a la gestión de la calidad como, el conjunto de actividades de la función empresarial que determina la política de calidad, los objetivos y las responsabilidades y las implementa por medios tales como la planificación de la calidad, el control de la calidad, el aseguramiento de la calidad y el mejoramiento de la calidad, en el marco del sistema de la calidad.

La gestión de la calidad opera a todo lo largo del sistema de calidad. De acuerdo con Gutiérrez (2005), la gestión de la calidad está en manos de cada miembro de la empresa después del impulso por parte de la dirección, con el objetivo de obtener la calidad requerida por el cliente al mínimo costo posible. La gestión del sistema de calidad tiene que demostrar que la organización es capaz de suministrar un producto o servicio que de manera consistente cumpla con los requisitos de los clientes y las reglamentaciones correspondientes, lograr una satisfacción del cliente mediante la aplicación efectiva del sistema, incluyendo la prevención de no-conformidades y el proceso de mejora continua. De acuerdo con James (1997), la gestión de la calidad opera con diversos elementos: valores visibles de la organización, principios y normas aceptadas por todos, misión, política, objetivos de calidad, procedimientos y prácticas eficaces, requisitos del cliente/proveedor interno y externo, orientación empresarial, demostración de la propiedad de todos los procesos y sus problemas relativos, utilización del ciclo Deming o Shewart, (Deming, 1982), el cual mantiene cuatro etapas creadas anteriormente: planificar, hacer, verificar y actuar.

2.1.3 Definición del Sistema de Calidad Total (SCT)

José María (2008) fundamenta que un sistema de calidad total es la estructura funcional de trabajo acordada en toda la compañía y en toda la planta,

documentada con procedimientos integrados técnicos y administrativos efectivos, para guiar las acciones coordinadas de la fuerza laboral, las máquinas y la información de la compañía y planta de las formas mejores y más prácticas para asegurar la satisfacción del cliente

El sistema de calidad total es el fundamento del control total de la calidad, y provee siempre los canales apropiados a lo largo de los cuales el conjunto de actividades esenciales relacionadas con la calidad del producto.

Junto con otros sistemas, Mapcal, (1995) constituye que existe cuatro características del sistema de calidad total técnica que son de particular importancia:

1. Representa un punto de vista sobre la forma en que la calidad trabaja en realidad en una compañía comercial moderna o una entidad de gobierno, y cómo pueden tomarse las mejores decisiones. Este punto de vista es sobre las actividades principales de calidad como procesos continuos. Comienzan con los requisitos del cliente y terminan con éxito sólo cuando el cliente está satisfecho con la forma en que el producto o servicio de la empresa satisface estos requisitos.
2. El sistema de calidad técnico es el que representa la base para la documentación profunda y totalmente pensada, no simplemente un grueso

libro de detalles, sino la identificación de las actividades clave y duraderas de las relaciones integradas persona – máquina – información que hacen viable y comunicable una actividad particular en toda la organización.

3. El sistema de calidad es el fundamento para hacer que el alcance más amplio de las actividades de calidad de la compañía sea realmente manejable, porque permite a la administración y empleados de la fábrica y compañía poner sus brazos alrededor de sus actividades de calidad, requisitos del cliente – satisfacción del cliente.

4. Es la base para la ingeniería de mejoras de magnitud sistemática en todas las principales actividades de calidad de la compañía. Ya que un cambio en una porción clave del trabajo de calidad en cualquier parte de las actividades cliente a cliente de la compañía tendrá un efecto, tanto sobre todas las demás porciones del trabajo como sobre la efectividad total de la actividad, el sistema de calidad total proporciona el marco y disciplina de forma que estos cambios individuales puedan tener en un proyecto de ingeniería por su grado de mejora en la actividad de calidad

2.1.4 Principios del Sistema de Calidad Total (SCT)

La construcción del Sistema de Administración de la calidad ha sido producto de la evolución de la calidad. Marcos Cobra (2005) destaca los siguientes:

- **Orientación al cliente**

La calidad se define como aptitud para el uso del producto, lo que implica adoptar una perspectiva del cliente. Jacques Harovitz, (2001) En el enfoque de control estadístico de la calidad destaca que la empresa se conforma con establecer unas especificaciones de calidad y con lograr que la producción se desarrolle en conformidad con ellas, ejecutando los procesos de manera uniforme a fin de minimizar la variabilidad, cumpliendo los requisitos de fiabilidad, durabilidad y rendimiento. En el enfoque de aseguramiento de la calidad, la incorporación de la voz del cliente se realiza desde el principio, incorporando sus necesidades al diseño del producto, y buscando la conformidad con las especificaciones para asegurar la entrega al cliente de un producto con las características que desea. La eficacia del control descansa entonces, ante todo, en la correcta identificación de los requisitos de calidad del cliente.

- **Actitud basada en la prevención.**

El análisis de los costos de calidad y de no calidad pone de manifiesto la rentabilidad de invertir en la prevención, frente al costo del defecto.

Por tanto, es conveniente que el mayor grado de esfuerzo para la mejora de la calidad se coloque en las etapas más tempranas de diseño y desarrollo del producto, frente al trabajo post lanzamiento que tipifica un enfoque de detección de los errores a posteriori. El lema que inspira el enfoque puede ser "introducir la calidad tanto en el diseño del producto como en el proceso". Habiendo aprendido ya los especialistas a controlar la variabilidad de los procesos y a detectar tempranamente los errores, el énfasis pasa a colocarse en el diseño de métodos que prevengan los problemas antes de que surjan.

- **La inversión en mejora de la calidad es siempre rentable**

El control de calidad total enriquece el análisis estadístico de la calidad con el enfoque financiero a través de la medición de los costos de la no calidad. Un objetivo clave de la empresa es la reducción de los costos de la calidad. Ello obliga a instalar un sistema de medida y control de estos costos, para gestionarlos posteriormente a la baja. Frente al pensamiento de Deming

(1986), quien prefiere gestionar la calidad con medidas estadísticas directas en lugar de medidas de costos de la calidad que serían siempre dudosas por los problemas de estimación de los costos derivados de la insatisfacción de los clientes con productos defectuosos.

El conocimiento de los costos de la calidad (costos no evitables según Juran, precio de la conformidad según Crosby o costos de la prevención y evaluación para Zeithaml – Bitner, (2009) sirve de base para un cuadro de mando para medir su magnitud. La justificación del enfoque basado en la prevención se razona con base en su poder para reducir los costos evitables, lo que da pie a esperar retornos positivos de la inversión en esfuerzos de prevención y evaluación.

- **Control total de la calidad u orientación al sistema**

Mientras que los dos enfoques precedentes siguen manteniendo la noción clásica de control dentro del departamento de producción, el control de calidad total extiende su marco a toda la organización considerándose el control de calidad como trabajo y responsabilidad de todos los departamentos de la empresa. El control de calidad total exige el trabajo coordinado de todos los departamentos que participan en el diseño, la fabricación, la instalación y el mantenimiento postventa del producto, hasta dejar al cliente satisfecho. (José María De Andrés, 2008). La calidad

del producto viene determinada, no sólo por el control de calidad en la fabricación, sino también por las decisiones tomadas en las fases pre y post fabricación, especialmente sobre la racionalidad en el diseño del producto, el diseño y selección del proceso y el control de calidad en la recepción de materiales. El aseguramiento de la calidad se extiende al diseño (calidad de diseño), a la producción (calidad de conformidad) y al servicio (calidad de servicio). Feigenbaum (1951) diferencia tres etapas: el control del diseño, el control de inputs y el control de procesos a pie de máquina. En estas fases deben participar los distintos departamentos mediante grupos de trabajo interfuncionales, llevando así a la práctica su idea de que el control de calidad debía ser trabajo de todos los involucrados en cada eslabón del proceso productivo. Este enfoque consagra, pues, el concepto de sistema de calidad lanzado por Feigenbaum.

- **Compromiso de la dirección**

La responsabilidad sobre la calidad se incorpora a la agenda de la dirección general. Juran (1951) es el primero en percibir que la extracción de todo el potencial del Control estadístico de la calidad exige involucrar a la dirección en el desarrollo de una estructura operativa y de toma de decisiones para la calidad, que sea lo suficientemente efectiva para adoptar las recomendaciones de mejora consecuentes de los

descubrimientos del Control estadístico de la calidad. Es más, Juran plantea explícitamente que el control de la calidad debe ser parte integral del trabajo directivo, que debe practicarlo a lo largo de toda la organización. Feigenbaum (1951) sigue el mismo rumbo cuando sostiene que el liderazgo de la calidad por la dirección es esencial para el éxito, e implica apoyar el mismo proceso de mejora, asegurar la conversión de la mejora de la calidad en un hábito, y gestionar la calidad y su costo como objetivos complementarios.

Sin embargo, en su distribución de responsabilidades a la hora de liderar la calidad, Juran sigue colocando la carga primaria sobre los profesionales de la calidad y los mandos intermedios. Dentro de este marco, la función de la dirección se limita a la supervisión periódica de los resultados, de modo que su Administración de la calidad total está restringida al control. En este enfoque, la alta dirección es prácticamente innecesaria, o cuando menos subsidiaria, en la función de calidad.

El control de calidad total debe estar respaldado por una función gerencial especializada en la calidad. Los especialistas de calidad asumen la responsabilidad sobre el sistema de aseguramiento de la calidad. Los expertos en calidad deben ahora también asumir el trabajo de diseño y desarrollo del programa anual de calidad (planificación de la calidad), la

coordinación de los departamentos en equipos interfuncionales y la medición de la calidad y sus costos. Exista el departamento de calidad o se trate de una unidad adscrita al departamento de producción, se trata del lugar desde el que se diseñan, implantan y controlan los planes de normalización y se redactan los manuales de calidad y de procedimientos. Además, los especialistas en calidad desempeñan un papel clave como asesores de la dirección en el establecimiento de objetivos y planes de calidad, y como consultores en la formación para la calidad. (Feigenbaum 1951).

Los expertos integrados en la unidad de calidad son básicamente ingenieros de calidad, siendo su cualificación fundamental en métodos estadísticos. No obstante, el enfoque de control de calidad total implica un cambio profundo del perfil de cualificación de los especialistas en calidad. Su dotación de conocimientos en ingeniería de calidad se ve enriquecida ahora con nuevas técnicas sobre gestión de sistemas y programas de calidad. Los conocimientos financieros son igualmente imprescindibles para afrontar los costos de calidad y no calidad. Su necesidad de competencias se amplía con destrezas que los capaciten para servir como consultores a la alta dirección y a los mandos intermedios.

- **Compromiso de todos los trabajadores en la mejora de la calidad**

Debe responsabilizarse a los empleados de la calidad de conformidad en su trabajo, mentalizándoles de la importancia de hacer bien las cosas a la primera, de que la calidad es su responsabilidad y no del control o la inspección, y facilitándoles entrenamiento y motivación para el mensaje fructifique. Crosby (1979), refiere que las tres fuentes del error son la falta de conocimientos, la falta de atención y la falta de medios. Estas fuentes de defectos se secarán si la dirección procura que se den las circunstancias adecuadas y si los trabajadores están formados y motivados para no cometer errores.

2.1.5 La Atención Al Cliente

En cualquier sector del mercado, el cliente exige ser escuchado, comprendido y reconocido. García Sabater (2011) sostiene que sólo a través de la calidad, las empresas podrán estar preparadas para satisfacer estas exigencias e, incluso para superar las expectativas del cliente, única vía para que cada una de ellas resulte realmente competitiva en el mercado.

En este panorama en el que la calidad constituye una estrategia empresarial, el servicio al cliente ocupa un lugar relevante, dando lugar a

nuevas filosofías de gestión empresarial “enfocadas al cliente o dirigidas al cliente”.

No obstante, la amplia profusión de bibliografía y artículos en los últimos tiempos referida a esta materia ha generado una multitud de conceptos y modelos nuevos y aparentemente similares, que confunden fácilmente a cualquier empresario que desee mejorar las actuaciones hacia sus clientes. Así, términos como “servicio al cliente”, “calidad en el servicio”, “atención al cliente”... son usadas indistintamente para la misma finalidad. Es por tanto objetivo de este tema aclarar dichos conceptos.

Hay que tener también en cuenta que, actualmente el mercado está en continuo cambio; lo que es válido hoy, tal vez no lo sea mañana. La dirección debe recopilar constantemente información sobre las necesidades de sus clientes, lo que piensan de la empresa, y lo que desea que cambien de ella para su satisfacción. Esta premisa obliga a la empresa a estar en estrecha relación con sus clientes, a conocer su opinión sobre lo que desean, pues es la única forma de que los esfuerzos realizados sean rentables para ella.

2.1.6 Técnicas De Atención Al Cliente

En cualquier empresa y muy especialmente en aquellas cuyo objeto de su actividad es la venta de productos y servicios, la productividad se mide en términos de satisfacción del cliente, y el grado de esta satisfacción va más allá de la calidad del servicio, pues en su valoración entra en juego un factor dominante: La atención al cliente.

Actualmente la mayoría de productos y servicios existentes en el mercado, poseen características muy similares. Jarillo (1992) fundamenta que esta homogeneidad dificulta enormemente los esfuerzos de las empresas por diferenciar sus productos o servicios respecto a los competidores. Por lo tanto el mejor camino para obtener la confianza del consumidor y lograr el éxito deseado, es ofrecer un servicio de "atención al cliente".

La atención al cliente es el nexo de unión de tres conceptos: Servicio al cliente, satisfacción del cliente, y calidad en el servicio. Mediante el esmerado trato en la prestación del servicio, el cuidado de los detalles, la disposición de servicio que manifiestan los empleados, el cumplimiento de servicios, etc... se logra complacer y fidelizar al cliente. Es una filosofía que no tiene resultados inmediatos, pero es un objetivo permanente de toda la empresa y de todo el personal.

2.1.7 Calidad De Servicio

Este concepto goza actualmente de una gran importancia ya que de la elaboración de productos de calidad depende la supervivencia de muchas organizaciones. Machado. R, (2009) refiere que la calidad se define frecuentemente como la adecuación del producto al fin que se le destina, conforme a la demanda del usuario. La obtención de calidad exige además de palabras:

- planificación,
- sistemas,
- personas,
- trabajo intenso.

Dentro de su definición existen conceptos básicos que le dan forma:

- **Orientación del cliente.** El cliente es el árbitro final de la calidad del producto y del servicio. El Centro comprende perfectamente las necesidades y requisitos del cliente, así como el modo de entregarles productos o servicios de valor añadido. La satisfacción del cliente se mide y analiza, lo mismo que todas las cuestiones que inciden sobre su fidelidad

- **Relación de asociación con proveedores.** Las relaciones con los proveedores están basadas en la confianza y en una integración adecuada, generando con las mejoras y valor añadido a clientes y proveedores.
- **Desarrollo e involucración del personal.** El potencial de cada una de las personas se libera porque existe un conjunto de valores compartidos y un clima de confianza y delegación de responsabilidades, generalizándose la implicación y la comunicación, apoyadas por la existencia de oportunidades de aprendizaje y desarrollo.
- **Liderazgo y coherencia de objetivos.** Los líderes, responsables de todos los niveles, desarrollan la cultura del Centro. Son ellos quienes dirigen los recursos y esfuerzos hacia la excelencia. La política y la estrategia se despliegan de manera estructurada y sistemática por todo el centro, orientándose todas las actividades en la misma dirección. Todas las personas se comportan de manera coherente con los valores, y la política y estrategia del centro.
- **Mejora continua e innovación.** Existe una cultura de mejora continua. El aprendizaje continuo es la base para mejorar. Se fomenta el pensamiento

creativo y la innovación. Cada persona tiene asumido que el Centro no mejorará si no mejora él, y esto cada día.

- **Responsabilidad social.** El personal del centro se comporta con arreglo a una ética, esforzándose por superar el cumplimiento de las normas y requisitos legales.

2.2 Marco conceptual

2.2.1 La Calidad total

Es una estrategia que busca garantizar, a largo plazo, la supervivencia, el crecimiento y la rentabilidad de una organización optimizando su competitividad, mediante: el aseguramiento permanente de la satisfacción de los clientes y la eliminación de todo tipo de desperdicios. Esto se logra con la participación activa de todo el personal, bajo nuevos estilos de liderazgo; siendo la estrategia que bien aplicada, responde a la necesidad de transformar los productos, servicios, procesos estructuras y cultura de las empresas, para asegurar su futuro.

2.2.2 Flujo grama

El Flujo grama o Diagrama de Flujo, es una gráfica que representa el flujo o la secuencia de rutinas simples, tiene la ventaja de indicar la secuencia del

proceso en cuestión, las unidades involucradas y los responsables de su ejecución.

2.2.3 Atención al cliente

Es el conjunto de actividades interrelacionadas que ofrece un suministrador con el fin de que el cliente obtenga el producto en el momento y lugar adecuado y se asegure un uso correcto del mismo. El servicio al cliente es una potente herramienta de marketing. Se trata de una herramienta que puede ser muy eficaz en una organización si es utilizada de forma adecuada, para ello se deben seguir ciertas políticas institucionales.

CAPÍTULO III

MATERIALES Y

PROCEDIMIENTOS

3. Materiales y Procedimientos:

3.1 Material:

3.1.1 Población:

Para el presente trabajo de investigación se tomó a dos poblaciones la primera compuesta por los clientes de la empresa y la segunda conformada por la totalidad de los colaboradores de la empresa siendo especificadas como sigue:

3.1.1.1 Población de clientes.

Está constituida por todos los clientes actuales del Comercial MEL SAC que suman un total de 400 clientes registrados durante el mes de Diciembre del 2013.

3.1.2 Muestra:

Es tipo probabilístico y para determinar el tamaño de la muestra utilizaremos la siguiente formula donde se conoce la población

Donde:

Z = Es el valor de la distribución normal estandarizada correspondiente el nivel de confianza escogido. Para la investigación se escogió 95%, lo que equivale a 1.96.

p = proporción de ventas 0.5

q = proporción de no ventas 0.5

E = Es el máximo de error permisible, 5%

N = Tamaño de la población: 400

n = Tamaño de la muestra

$$n = \frac{(1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5 \times 400}{(0.05)^2 \times (400 - 1) + (1.96)^2 \times 0.5 \times 0.5} = 196$$

**n = 196
clientes**

3.1.1.2 Población Censal de Colaboradores.

La población está compuesta por el total de trabajadores que laboran en la empresa siendo una población censal la cual tiene un promedio de edades de 25 años siendo un total de **N = 6** según datos obtenidos de la empresa.

Población	Total
Supervisor	1
Coordinadores	1
Vendedores	4

Fuente: Mel Sac Trujillo
Elaborado: Los autores.

n = 6
Trabajadores de la
empresa MEL SAC

3.1.1 Fuentes, técnicas e instrumentos de recopilación de datos

Fuentes de recolección de datos

Para extraer información se usaron:

- **Fuentes primarias:** está constituida por los clientes actuales del centro comercial MEL SAC de Trujillo a quienes se les aplicó el cuestionario, según la muestra

- **Fuentes secundarias:** Memoria institucional, textos especializados, estadísticas del centro comercial, información de revistas especializadas.

Técnicas de recolección de datos

TÉCNICAS	INSTRUMENTOS
Encuesta	Guía de cuestionario
Entrevista	Guía de entrevista

➤ ENCUESTA:

se usó esta técnica como medio principal para recolectar información, para lo cual se diseñó un cuestionario el mismo que fue administrado a los clientes actuales de la empresa MEL SAC de la ciudad de Trujillo, quienes plasmaron por sí mismos las respuestas en el papel.

➤ CUESTIONARIO.

Se diseñó un conjunto de preguntas y para validarlo tuvimos que administrarlo a los clientes actuales de la empresa MEL SAC de la ciudad de Trujillo con el objeto de recabar información.

➤ ENTREVISTA:

Permitió recabar información más completa y precisa, puesto que el entrevistador, al tener contacto con el entrevistado puedo percibir actitudes y comentarios.

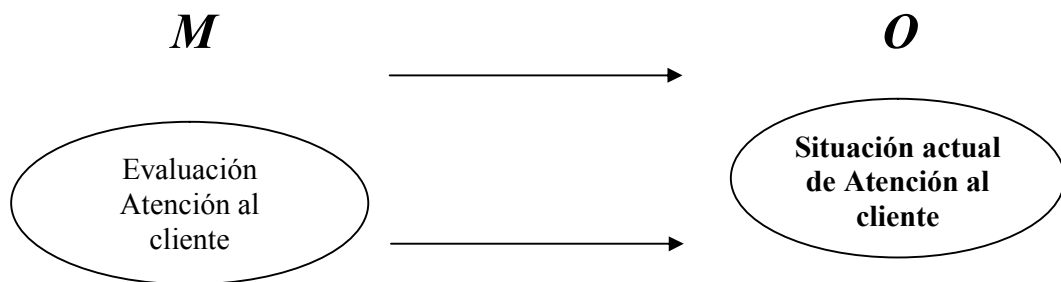
➤ GUÍA DE ENTREVISTA.

Es un formato que contiene las preguntas que se aplicaron en la entrevista que se realizó a algunos trabajadores de la empresa MEL SAC de la ciudad de Trujillo.

3.2 Procedimientos

3.2.1. Diseño de Contrastación

Diseño descriptivo simple



3.2.2. Análisis de Variables de Estudio

Definición Conceptual: Los programas de calidad total son estrategias que involucran la participación de todo el personal de una determinada área para la mejora en la calidad de esta.

Definición Operacional: Para el caso que venimos desarrollando, la definición operacional de la variable atención al cliente, es la siguiente: Volumen de ventas por empleado, Tiempo de atención al cliente, Asistencia de clientes. Para medir el volumen de ventas por empleado, revisaremos los registros de ventas por empleado diarios, para el tiempo de atención al cliente usaremos las ventas totales diarias en el comercial MEL SAC, entre las horas de trabajo de dicho día. Para la asistencia de clientes utilizaremos un registro donde se contara a todas las personas que ingresen al comercial en los días establecidos

3.2.3. Procesamiento y Análisis de Datos

La primera evaluación sobre la calidad de atención al cliente en la empresa MEL SAC la realizamos la segunda semana de iniciado el proyecto de investigación, en la cual identificamos una deficiencia en la atención al cliente debido principalmente a la inadecuada ubicación de la mercadería

que es objeto de venta y a la falta de comunicación entre el personal de ventas, estos resultados indicaban que era necesario aplicar un programa de calidad total.

La aplicación de un programa de calidad total implica la participación activa de todo el personal, bajo nuevos estilos de liderazgo; siendo la estrategia que bien aplicada, responde a la necesidad de transformar los productos, servicios, procesos estructuras y cultura de las empresas, para asegurar su futuro.

CAPÍTULO IV:
PRESENTACIÓN Y
DISCUSIÓN DE
RESULTADOS

4.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1.1 Resultados de la encuesta aplicada a los clientes de la empresa MELSAC para conocer la situación actual de la calidad de servicio

RESULTADOS DE LA ENCUESTA:

Para el desarrollo del presente estudio se estratifico la muestra siendo un total de 196 esto dependió de la adquisición de bienes de los clientes del centro comercial MEL SAC.

ENCUESTA

DATOS:

MUESTRA: 196 clientes

FECHA: 11/ 03 /13

HORA: 9:00 AM A 7:30PM

PROMEDIO DE EDADES DE LA MUESTRA
30 AÑOS

“Nivel de satisfacción del servicio brindado por los colaboradores de la empresa

MEL SAC”

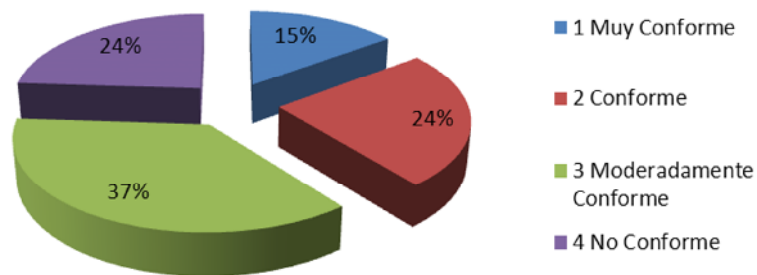
CUADRO N° 1

ITEMS		Q	%
1	Muy Conforme	29	15%
2	Conforme	48	24%
3	Moderadamente Conforme	72	37%
4	No Conforme	47	24%
TOTAL		196	100%

Elaborado: los autores
Fuente: Marzo 2013, Trujillo
Encuesta aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

GRAFICO N° 1

**Nivel de satisfacción del servicio
brindado por los colaboradores de la empresa
MEL SAC**



Elaborado: los autores
Fuente: Marzo 2013, Trujillo
Encuesta aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

INTERPRETACIÓN:

Del total de encuestados el 37% de estos manifestó estar moderadamente conforme con respecto al servicio brindado por los colaboradores de la empresa MEL SAC, el 24 % de estos muestra no está conforme con el servicio brindado al igual que otro 24 % manifestó estar conforme con el servicio brindado y el 15% está muy conforme con el servicio brindado por los colaboradores de MEL SAC.

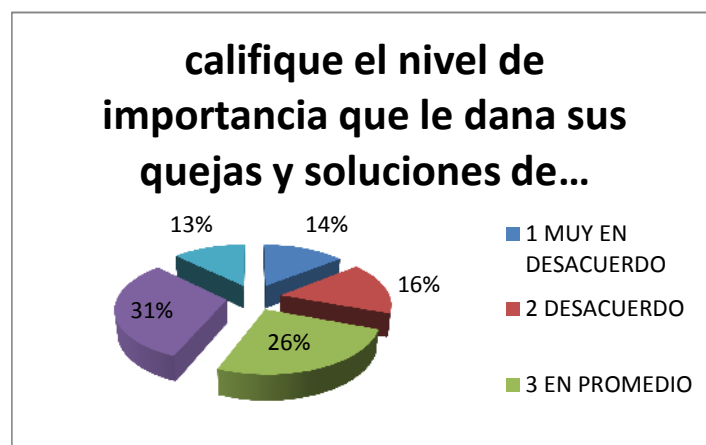
“Califique el nivel de importancia que le dan a sus quejas y soluciones de problemas”

CUADRO N° 2

ITEMS		Q	%
1	MUY EN DESACUERDO	28	14%
2	DESACUERDO	32	16%
3	EN PROMEDIO	50	26%
4	DE ACUERDO	61	31%
5	MUY DE ACUERDO	25	13%
TOTAL		196	100%

Elaborado: los autores
Fuente: Marzo 2013, Trujillo
Encuesta aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

GRAFICO N°2



Elaborado: los autores
Fuente: Marzo 2013, Trujillo
Encuesta aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

INTERPRETACIÓN:

Con respecto a esta pregunta un 31 % manifestó dijo que le dan buena importancia a sus quejas, otro 26% manifestó que le dan moderada importancia a sus quejas y soluciones de problemas, otro 16% manifestó que le dan un nivel de importancia bajo, un 14 % manifestó que no le dan importancia a sus quejas y un 13 % respondió que le dan mucha importancia a sus quejas.

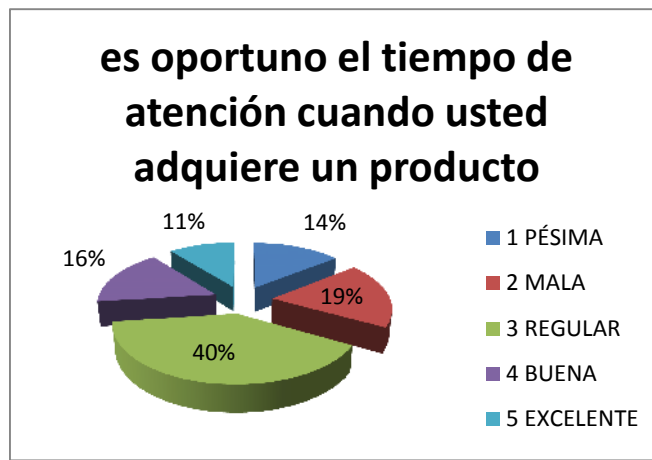
“Es oportuno el tiempo de atención cuando Ud. adquiere un producto”

CUADRO N°3

ITEMS		Q	%
1	PÉSIMA	28	14%
2	MALA	37	19%
3	REGULAR	78	40%
4	BUENA	32	16%
5	EXCELENTE	21	11%
TOTAL		196	100%

Elaborado: los autores
Fuente: Marzo 2013, Trujillo
Encuesta aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

GRAFICO N°3



Elaborado: los autores
Fuente: Marzo 2013, Trujillo
Encuesta aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

INTERPRETACIÓN:

Podemos concluir en un 40% manifestó que el tiempo de atención brindada es regular, además se aprecia que un 19% dice que el tiempo de atención brindada es mala, un 16% manifestó que el tiempo de atención es buena, un 14% califico el tiempo de atención brindada como pésima y un 11% de los clientes dijo que el nivel de atención es excelente.

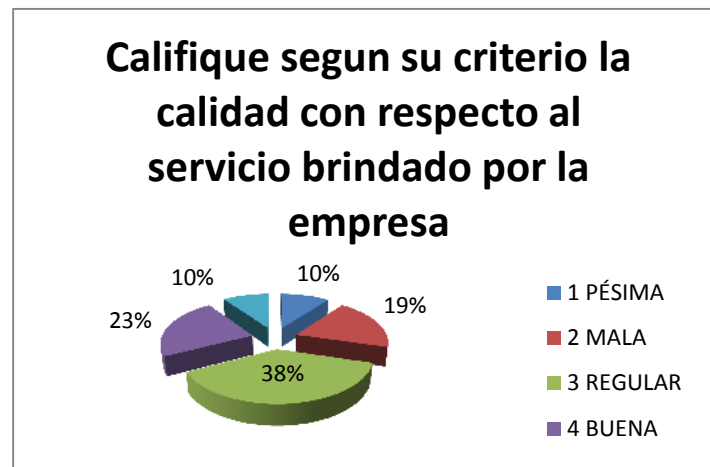
“Califique según su criterio la calidad con respecto al servicio brindado por la empresa”

CUADRO N°4

ITEMS		Q	%
1	PÉSIMA	20	10%
2	MALA	38	19%
3	REGULAR	74	38%
4	BUENA	45	23%
5	EXCELENTE	19	10%
TOTAL		196	1

Elaborado: los autores
Fuente: Marzo 2013, Trujillo
Encuesta aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

GRAFICO N°4



Elaborado: los autores
Fuente: Marzo 2013, Trujillo
Encuesta aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

INTERPRETACIÓN:

Se puede observar en el grafico que un 38% de los clientes califican el servicio brindado como regular, otro 23% la califica como buena, en cambio un 19% de los clientes califican la calidad del servicio brindado malo, un 10% de los clientes califica la calidad brindada como pésima y el otro 10% de la población restante la califica el servicio brindado como excelente.

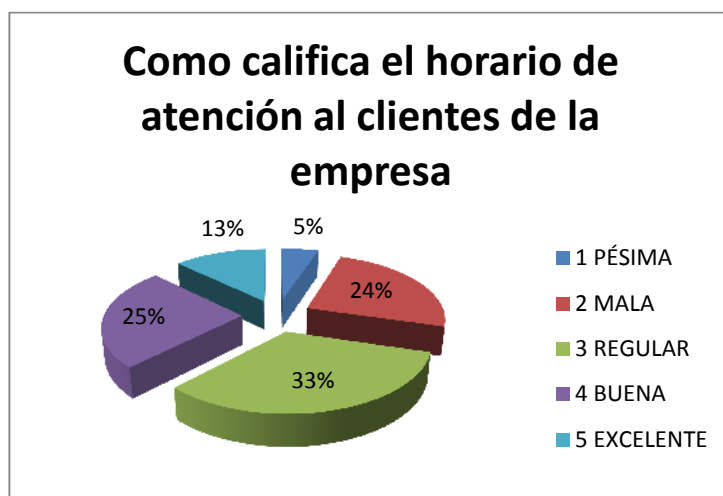
“Como califica el horario de atención al cliente de la empresa”

CUADRO N°5

ITEMS		Q	%
1	PÉSIMA	10	5%
2	MALA	48	24%
3	REGULAR	64	33%
4	BUENA	49	25%
5	EXCELENTE	25	13%
TOTAL		196	100%

Elaborado: los autores
Fuente: Marzo 2013, Trujillo
Encuesta aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

GRAFICO N°5



Elaborado: los autores
Fuente: Marzo 2013, Trujillo
Encuesta aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

INTERPRETACIÓN:

Se puede observar en el grafico que un 33% de los clientes califican el horario de atención brindado como regular, otro 25% la califica como buena, en cambio un 24% de los clientes califican el horario de atención brindado malo, un 13% de los clientes califica el horario de tención excelente y el otro 05 % de la población restante califica el horario de atención como pésimo.

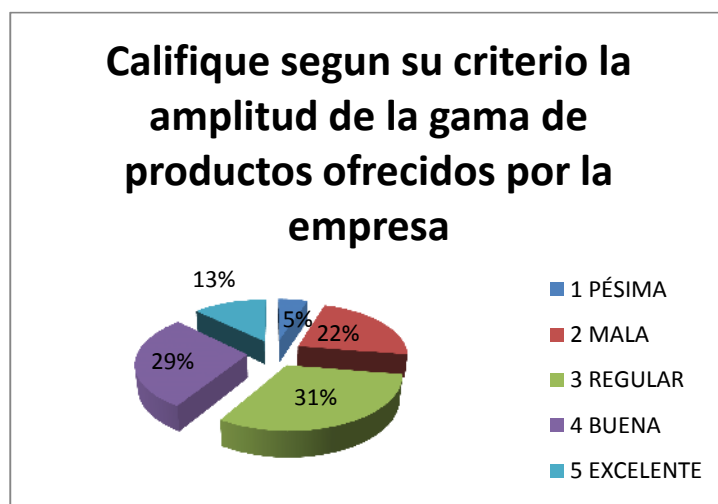
"Califique según su criterio la amplitud de la gama de productos ofrecidos por la empresa"

CUADRO N°6

ITEMS		Q	%
1	PÉSIMA	10	5%
2	MALA	44	22%
3	REGULAR	61	31%
4	BUENA	56	29%
5	EXCELENTE	25	13%
TOTAL		196	100%

Elaborado: los autores
Fuente: Marzo 2013, Trujillo
Encuesta aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

GRAFICO N°6



Elaborado: los autores
Fuente: Marzo 2013, Trujillo
Encuesta aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

INTERPRETACIÓN:

Se puede observar en el gráfico que un 31% de los clientes califican la amplitud de la gama de productos brindado como regular, otro 29% la califica como buena, en cambio un 22% de los clientes califican la gama de productos brindados como malo, un 13% de los clientes califica la gama de productos como excelente y el otro 05% de la población restante la califica la amplitud de la gama de productos como pésima.

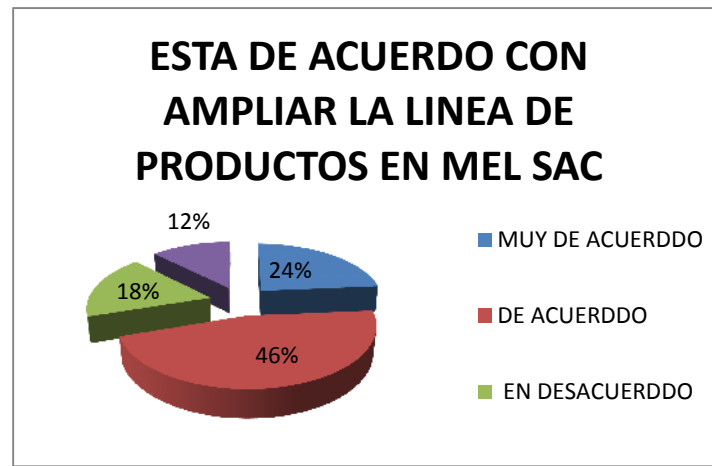
“Está de acuerdo con ampliar la línea de productos en MELSAC”

CUADRO N° 8

ITEMS		Q	%
1	MUY DE ACUERDDO	40	24%
2	DE ACUERDDO	78	46%
3	EN DESACUERDDO	30	18%
4	MUY EN DESACUERDDO	21	12%
TOTAL		169	100%

Elaborado: los autores
Fuente: Marzo 2013, Trujillo
Encuesta aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

GRAFICO N° 8



Elaborado: los autores
Fuente: Marzo 2013, Trujillo
Encuesta aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

INTERPRETACIÓN:

Se puede observar en el grafico que un 46 % de los clientes esta de acuerdo en que la línea de productos de MEL SAC debería ser as amplia, otro 24% considera estar muy de acuerdo, en cambio un 18% de los clientes esta en desacuerdo y un 12% de la población restante esta muy en desacuerdo con la ampliación de líneas de productos de MEL SAC.

4.1.2 RESULTADO DE LA ENTREVISTA APLICADA A LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA

RESULTADOS DE LA ENTRVISTA:

ENTREVISTA

DATOS

MUESTRA: Censal (06)

FECHA : 26 /03 /14

HORA : 9:00 AM A 11:00 AM

1. ¿Cuál es su Nombre?, edad, profesión

En esta pregunta conocimos que la gran parte de los trabajadores cuenta con estudios superiores o estos están en proceso de formación y que por lo general sus edades oscilan entre 23 – 25 años

<u>Edades</u>	<u>23-25</u>
<u>Formación profesional</u>	<u>90%</u>

Elaborado: los autores

Fuente: Fuente: Marzo 2013, Trujillo

Entrevista aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

Conclusión:

El personal de la empresa posee buena capacidad en formación profesional y su personal es joven.

2. ¿Tiene usted una política escrita de servicio y atención al cliente?

Los trabajadores de MEL SAC no cuentan con una política escrita de servicio y atención al cliente.

<i>Política escrita de servicio y atención al cliente</i>	<i>6 personas</i>
---	-------------------

Elaborado: los autores

Fuente: Fuente: Marzo 2013, Trujillo

Entrevista aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

Conclusión:

Se conoció con esta interrogante que tanto el supervisor, coordinador y vendedores no cuentan con una política escrita de servicio y atención al cliente.

3. ¿Qué estabas haciendo antes?

Con esta pregunta podemos constatar que por lo general el personal se dedicaba a las ventas en otras empresas locales siendo 4 personas, claro está que existe un porcentaje de esta que no se dedicaba a este sector y recién está incursionando en este en un total de 2 personas.

<u>Ventas</u>	<u>4 personas</u>
<u>Otras actividades</u>	<u>2 personas</u>

Elaborado: los autores

Fuente: Fuente: Marzo 2013, Trujillo

Entrevista aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

Conclusión:

En esta interrogante se dio a conocer que la gran parte tiene conocimientos y destrezas en las ventas solo seis personas que están en proceso de formación en esta actividad.

4. ¿Qué has logrado hasta ahora en la empresa, y qué falta por lograr?

Los entrevistados manifiestan que en la empresa han logrado un desarrollo económico por lo general en el caso de tres trabajadores, mientras tanto las otras personas respondieron que la empresa les ha ayudado a su formación académica debido a la experiencia que en esta obtienen.

<i>Desarrollo económico</i>	3
Desarrollo Profesional	3

Elaborado: los autores

Fuente: Fuente: Marzo 2013, Trujillo

Entrevista aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

Conclusión:

En esta interrogante nos damos cuenta que el personal en gran parte trabaja guiado por un estímulo económico solo nueve de estos que manifiestan que su estímulo es su desarrollo profesional

5. ¿Qué haces para mantener la calma y seguir perseverando en los momentos Difíciles?

En esta interrogante se notó que en estos momentos prefieren descansar y empezar con más ánimos y motivación el día siguiente.

<i>Momentos difíciles</i>	<i>Descanso</i>
---------------------------	-----------------

Elaborado: los autores

Fuente: Fuente: Marzo 2013, Trujillo

Entrevista aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

Conclusión:

Con esta interrogante nos dio a conocer que el personal en el momento difícil prefiere descansar y reflexionar

6. ¿Qué sería el éxito para ti?

Con esta pregunta nos dieron a conocer los entrevistados que en gran parte el éxito para ellos es el desarrollo económico y unos cuantos manifestaron el desarrollo profesional.

<i>Como consideran el éxito</i>	<i>Primera opción posición económica</i>
Como consideran el éxito	Segunda opción desarrollo profesional
<u>E</u>	

Elaborado: los autores

Fuente: Fuente: Marzo 2013, Trujillo

Entrevista aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

Conclusión:

Que es favorable para el incremento de las ventas que los trabajadores piensen que el desarrollo económico es sinónimo de éxito ya que mientras más vendan ganaran más por la comisión que estas tienen.

7. ¿Ha sido capacitado por la empresa para ventas?

<u>Capacitación para ventas</u>	<u>1 personas</u>
<u>Sin capacitación para ventas</u>	<u>5 personas</u>

Elaborado: los autores

Fuente: Fuente: Marzo 2013, Trujillo

Entrevista aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

Conclusión:

En esta interrogante se dio a conocer que la gran parte del personal la cual consta de 6, 5 trabajadores no tiene una capacitación adecuada para ventas, a pesar del contacto directo con el cliente. Solo existe una persona que está capacitada.

8. ¿Conoce como tratar al cliente?

<u>Conocimiento del trato del cliente</u>	<u>4 personas</u>
<u>Desconocimiento del trato al cliente</u>	<u>2 personas</u>

Elaborado: los autores

Fuente: Fuente: Marzo 2013, Trujillo

Entrevista aplicada a los clientes de la empresa MEL SAC

Conclusión:

En esta interrogante se dio a conocer que la gran parte del personal la cual consta de 6 colaboradores, solo 4 trabajadores tiene conocimientos adquiridos por otras empresas en el trato al cliente y dos persona no saben muy bien como tratar al cliente debido que recién están incursionando en ventas.

4.2 DISCUSION DE RESULTADOS

4.2.1 EN FUNCIÓN AL MARCO TEÓRICO

Coincidimos con el autor (**Marcos Cobra, 2000**) ya que en el desarrollo del presente trabajo pudimos constatar que los servicios deben poseer atributos relacionados con su concepción y desempeño, adaptados a esas necesidades, por lo cual MEL SAC se encuentra preocupado ya que no solo existe la venta de un

bien o servicio separados, sino es la fusión de ambas, por lo que pretende mejorar el servicio brindado de acuerdo a las necesidades.

Encontramos una estrecha relación entre los conceptos del autor (**Juran, 1995**). Ya que considera cliente a cualquier persona que recibe el producto o proceso o es afectado por él. Para nuestro caso son clientes activos los que reciben el proceso del servicio y la evaluación realizada sirvió para conocer su nivel de satisfacción con dichos servicios, lo cual se refleja en los resultados de la presente investigación.

Vinculamos los conceptos del autor (**Mapcal, 1995**) debido a que considera el sistema de calidad total en el fundamento del control total de la calidad, y provee siempre los canales apropiados a lo largo de los cuales el conjunto de actividades esenciales relacionadas con la calidad del producto. Debido a que esto es lo esencial para el desarrollo de MEL SAC quien no cuenta con una política de calidad.

4.2.3 EN FUNCIÓN A LOS OBJETIVOS.

De acuerdo al objetivo específico de la elaboración e implementación de un programa de calidad total para mejorar la calidad de atención al cliente en la empresa MEL S.A.C se determinó que es viable debido que el nivel de satisfacción de

los clientes con respecto al servicio y atención brindado por MEL SAC es moderadamente conforme, se ha definido que existen algunas deficiencias en los servicios los cuales se hacen notar significativamente, y ello hace un tanto insatisfecho a los clientes que por lo general concluyen que los servicios recibidos no son de óptima calidad.

CAPÍTULO V

PROPUESTA DEL

PROGRAMA DE

CALIDAD TOTAL

5.1 Propuesta del programa de calidad total

La dirección tiene que estar comprometida con la calidad, proporcionando medios humanos, tecnológicos y económicos con el fin de cubrir necesidades internas. Por otro lado debe haber un responsable de calidad con funciones claramente definidas, autoridad y responsabilidad para asegurar el cumplimiento del sistema de calidad implementando un sistema de premios y objetivos.

La política de calidad debe estar bien definida y adecuada a la organización, para que sea conocida, aceptada y aplicada por toda la organización.

Se debe desarrollar y mantener actualizados planes de acción de acuerdo a los objetivos de la política de calidad establecida, en el cual deben estar definidos las acciones, responsables, fechas de ejecución, resultados a alcanzar, los cuales deben darse a conocer a todos los niveles de la organización.

Luego de la primera evaluación, continuamos con el desarrollo del programa de calidad total, para lo cual se recomienda implementar la metodología de las 5's para la mejora de calidad de la atención al cliente en la empresa MEL SAC.

Método de las 5's

- Clasificar. (Seiri)
- Orden. (Seiton)
- Limpieza. (Seiso)
- Estandarización. (Seiketsu)
- Disciplina. (Shitsuke)

La Clasificación (Seiri) consiste en:

- Separar en el sitio de trabajo las cosas que realmente sirven de las que no sirven.
Clasificar lo necesario de lo innecesario para el trabajo rutinario.
- Mantener lo que necesitamos y eliminar lo excesivo
- Separar los elementos empleados de acuerdo a su naturaleza, uso, seguridad y frecuencia de utilización con el objeto de facilitar la agilidad en el trabajo.
- Organizar las herramientas en sitios donde los cambios se puedan realizar en el menor tiempo posible.
- Eliminar elementos que afectan el funcionamiento de los equipos y que pueden conducir a averías.
- Eliminar información innecesaria y que nos puede conducir a errores de interpretación o de actuación.

El Orden (seiton):

Su objetivo es que exista un lugar para cada artículo, adecuado a las rutinas de trabajos, listos para utilizarse y con su debida señalización

- Asigna e identifica un lugar para cada articulo
- Determina la cantidad exacta que debe haber de cada articulo
- Asegura que cada artículo esté listo para usarse
- Crea los medios para asegurar que cada artículo regrese a su lugar

La limpieza (Seiso)

Su objetivo es establecer una metodología de limpieza que evita que el área de trabajo se ensucie.

- Identifica los materiales necesarios y adecuados para la limpieza del área de trabajo
- Asigna un lugar adecuado y funcional a cada artículo utilizado para mantener limpia el área de trabajo.
- Establece métodos de prevención que eviten que se ensucie el área.
- Implementa las actividades de limpieza como rutina

La Estandarización (Seiketsu)

Su objetivo es desarrollar condiciones de trabajo que eviten retroceso en las primeras

3`S. "Todo es igual siempre"

- Estandariza todo y haz visibles los estándares utilizados.
- Implementa métodos que faciliten el comportamiento apegado a los estándares
- Comparte toda la información sin que tenga que buscarse o solicitarse.

La Disciplina (Shitsuke)

Su objetivo es alcanzar una calidad de "museo" en todas las áreas de la empresa, desde los individuos hasta la organización.

- Haz visible los resultados de las 5`s.
- Provoca la crítica constructiva
- Promueve las 5`s

Provoca participación de todos en la generación de ideas para fomentar y mejorar la disciplina en las 5`s.

OBJETIVOS Y METODOLOGIA DEL PROGRAMA DE CALIDAD TOTAL

OBJETIVOS:

- Crear una conciencia de cultura de calidad en el área más alta de la organización con el fin de que se comprometan completamente y tengan una participación activa.

Además deberán de estar conscientes de:

- Tener paciencia en cuanto a los resultados, deberá definir el rumbo de la compañía, ello será el responsable del arranque del programa.

METODOLOGÍA:

A través de un programa de entrenamiento en donde se les imparten los siguientes temas:

- Liderazgo y motivación.
- Conceptos de calidad total.
- Estadísticas básicas.

Para que un programa de calidad total tenga éxito la organización deberá de estar completamente convencida de que teniendo el programa bien establecido mejorara su posición competitiva y además deberá de asignar un responsable que participe activamente en el programa a quien se le asignara como el responsable de:

- La implantación del programa de calidad total.
- Deberá de definir la misión y política de la organización.
- Asignar los recursos para el programa.
- Deberá de asignar una persona para que se encargue coordinar el programa.
- Deberá de tener congruencia entre lo que se hace y se dice.

POLÍTICA DE CALIDAD

Son los lineamientos que marca a la dirección para definir el rumbo de la compañía que tome la organización, a través de un documento claro y bien definido.

OBJETIVO:

Crear una política en donde se mencione, el porqué de la compañía, así como también los valores particulares que oriente sus actividades diarias bajo su propio estilo de Calidad Total.

METODOLOGÍA:

El responsable deberá de establecer una política en conjunto de los directores de cada empresa en el cual se deben de comprometer a darle seguimiento y cumplimiento.

Cada empresa debe de tener y crear su propia política de calidad en donde se mencione el porqué de la existencia de la empresa.

La política de la compañía o función de su razón de existir, debe ser un enunciado corto y claro que establezca el objetivo genérico de la empresa.

El explicar la política unifica el esfuerzo de un grupo de trabajo dándole mayores oportunidades de conseguir lo que se quiere.

CULTURA DE CALIDAD

Son los mecanismos o sistemas que se promueven para lograr un cambio en las conductas y actitudes del personal hacia la calidad total con aspectos disciplinarios, motivacionales, un ambiente que estimule la calidad.

EDUCACIÓN EN CALIDAD

Crear un cambio de cultura y aptitudes de todo el personal, para que trabajen con espíritu de servicio, y a su vez capacitar a todos para que tengan los conocimientos y habilidades que les permita cumplir con sus funciones al 100% de productividad y calidad.

Se debe de crear un plan de capacitación para el desarrollo de todo el personal, donde se impartan temas relacionados con la calidad, comportamiento humano, aspectos técnicos, principios o misiones.

Estos dos elementos del modelo de calidad total se unieron ya que siempre deben de marchar paralelamente en la implantación del modelo de calidad. Ya que con la educación se está creando cultura y a su vez con la cultura se crea educación.

RESULTADOS ESPERADOS DE LA APLICACION DEL PROGRAMA DE CALIDAD TOTAL

El programa de calidad total ha sido concebido para crear una cultura de trabajo y una forma de vida diferente y mejor con un cambio de actitudes en las personas.

Es necesario que todos los que pertenecen a la empresa hagan su mejor esfuerzo y se comprometan para alcanzar con éxito la meta de ser mejores cada día.

Se tienen que estar convencidos de que la aplicación de los principios y técnicas de esta filosofía de calidad, produce múltiples beneficios a la empresa, y a su personal.

Ahora mencionare los posibles resultados que se esperan como consecuencia de su realización.

- Individuos comprometidos con el proceso de la mejora continua.
- Una organización que trabaje con un nivel de operaciones y resultados cada vez mayor.
- Una mayor rentabilidad de la empresa.
- Una mejor calidad de vida en el trabajo.

Lograr estos resultados no es cuestión de maquinaria ni de tecnología, sino de personas que sean conscientes y decisión para hacer de la calidad total una forma de vida común.

CONCLUSIONES

- La situación actual de la empresa MEL S.A.C. según los resultados obtenidos en el investigación de los autores, es de un promedio regular, no llegando a satisfacer completamente las necesidades y expectativas de lo clientes.
- Los factores que inciden en la fuerza de trabajo a la hora de prestar un servicio son: la ausencia de un marco de normas que guie su accionar al momento de atender al cliente, inexistentes capacitaciones y poca motivación.
- Los aspectos más resaltantes del programa propuesto (la metodología de las 5's) son: la clasificación (1S), que es el primer paso para separar lo necesario y más importante de lo innecesario, el segundo lineamiento clave es la estandarización (4s), que desarrolla condiciones para mantener los resultados en el tiempo, es decir no retroceder en las 3s avanzadas. Para la correcta implementación se propone capacitaciones con el total de colaboradores, buscando que se involucren en la metodología y la asuman como un estilo de trabajo.

RECOMENDACIONES

La organización es responsable de la implementación del programa de calidad total, así mismo de la calidad de los productos y servicios bajo sus áreas, también son responsables del apego del sistema de calidad, prácticas de operación y procedimientos estándar en sus áreas de responsabilidad.

En ese sentido, los resultados obtenidos deben de ser retroalimentados para comprobar que los programas de aseguramiento de calidad se estén cumpliendo adecuadamente, revisar si el proceso y sus controles cumplen con los requisitos establecidos, además de velar por que el producto cumpla con los requisitos establecidos y si el fabricante, distribuidor o proveedor dispone de los medios adecuados para la fabricación e inspección del producto dentro de la calidad especificada.

Comunicar al supervisor que la metodología requiere de un trabajo integral, es decir la participación de todos los colaboradores en todas las actividades de la empresa, el éxito o fracaso de la metodología depende de que el trabajo se desarrolle con responsabilidad y compromiso.

Determinar la conformidad o no conformidad de los elementos del sistema de calidad de la empresa con los requerimientos especificados, procedimientos, normas y especificaciones, precisar la efectividad del programa de calidad total implementado para alcanzar los objetivos de calidad y cumplir con los requerimientos del cliente.

Así mismo, como en todos los casos de cambios, tanto en modificaciones al producto, cambios de procesos, uso de sistemas de seguridad, en la implementación de un programa de calidad total generara resistencia al cambio ya que será considerado como una nueva meta para la organización.

Por ello debemos de estar conscientes que cada empresa deberá de establecer su propio programa de acuerdo a sus necesidades, y deberá definir en una forma bien clara y concreta la posición en que se encuentra y a la posición que desea llegar al término de la implantación de un programa de calidad total.

Es recomendable que al inicio de este gran paso se hayan establecido los objetivos y metas a las que deberán de llegar y saber todos los indicadores necesarios para así poder evaluar los avances logrados.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Atkinson, F. (1990). Creating Culture Change: The Key to Successful Total Quality Management. IFS Publications
- COBRA M. (2005) "La lealtad de los clientes" (5º ed.). Editorial Díaz Santos. España.
- HAYES Bob E. (2002) "Como medir la satisfacción del cliente". Barcelona. Gestión 2000.
- HERNANDEZ Sampieri R. (2001). "Metodología de la Investigación". Mc Graww Hill. México
- HOROVITZ Jacques. (2001). "La calidad del servicio" 1º ed. Mc Graw - Hill. España
- LEZCANO DUNCAN L. (2003). "La disciplina del servicio: como desarrollar una cultura orientada al servicio. 2º ed. Centro de Investigaciones de la Universidad del Pacifico.
- MAPCAL, 1995 (3º ed.). España.

- MILLER DE LA LAMA E. (1999). "Cultura de calidad del servicio" 1º ed. Editorial Trillas. México.
- ZEITHAML V. PARASURAMAN A. y Berry L. (1993). "Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores". Madrid España. Días Santos S.A.

ANEXOS

MATRIZ DE CONSISTENCIA

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLES	METODO
<p>1. Problema Principal</p> <p>¿De qué manera la elaboración e implementación de un programa de calidad total mejorara la calidad de la atención al cliente de la empresa MEL S.A.C. en la ciudad de Trujillo?</p>	<p>1. Objetivo General</p> <p>Elaborar e implementar un programa de calidad total para mejorar la calidad de atención al cliente en la empresa MEL S.A.C</p> <p>2. Objetivos específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> - Diagnosticar la situación actual del servicio de atención al cliente de comercial MEL SAC. - Determinar los factores que inciden en la fuerza de trabajo a la hora de prestar un servicio. <p>Describir los aspectos más resaltantes del programa de calidad total y proponer los lineamientos generales para la adecuada implementación en la empresa MEL SAC.</p>	<p>1. Hipotesis General</p> <p>La elaboración y posterior implementación de un programa de calidad total mejorara significativamente la calidad de atención al cliente en la empresa MEL SAC.</p>	<p>1. Variable independiente</p> <p>Elaboración y posterior implementación de un programa de calidad total</p> <p>2. Variable dependiente</p> <p>Mejorar la atención al cliente en la empresa MEL SAC.</p>	<p>1. Tipo de Investigación</p> <p>De acuerdo a la orientación: Aplicada o Tecnológica</p> <p>De acuerdo a la técnica de contrastación: Descriptiva.</p> <p>2. Diseño de la investigación</p> <p>Para el diseño de la investigación emplearemos el diseño descriptivo simple.</p> <p>M-----> O</p> <p>Donde:</p> <p>M = Muestra</p> <p>O= Información</p> <p>3. Población:</p> <p>La población motivo de esta investigación está conformada por el total de los clientes del Comercial MEL SAC.</p> <p>4. Muestra: La muestra que se utilizó en la presente investigación, estuvo conformada por los clientes que asistieron al comercial MEL SAC en los días durante 11 y el 14 de marzo, realizamos una encuesta a 196 clientes aleatoriamente en esos cuatro días con un aproximado de 50 encuestas por día.</p> <p>5. Técnicas:</p> <p>Las principales técnicas que se utilizaron en la investigación fueron: Las encuestas</p>

CUESTIONARIO DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES

Basándose en su experiencia como Cliente de Mel Sac, por favor le rogamos que evalúe su grado de satisfacción respecto a los aspectos que citamos en este cuestionario, según el criterio de la tabla, marcando con un círculo el dígito que corresponda para cada pregunta. **Le rogamos indique, principalmente en las cuestiones en las que su valoración sea igual o inferior a 3, los motivos de la misma (*)**.

No valorable	Muy mala/ muy insatisfactoria	Mala/ insatisfactoria	Normal	Buena/ Satisfactoria	Muy buena/ muy satisfactoria
<u>NV</u>	1	2	3	4	5

SERVICIO AL CLIENTE						Comentarios (*)	
1.- Nuestro plazo de respuesta a la información solicitada le parece el adecuado	NV	1	2	3	4	5	
2.- Nuestro plazo de respuesta y resolución de sus demandas le parece el adecuado	NV	1	2	3	4	5	
3.- En caso de reclamación, se siente atendido y respaldado por el personal de Mel Sac	NV	1	2	3	4	5	
4.- La atención comercial-administrativa recibida desde Mel Sac es la que espera	NV	1	2	3	4	5	
5.- Nuestro horario de atención a clientes es lo suficientemente amplio	NV	1	2	3	4	5	

PRODUCTOS						Comentarios	
1.- Nuestra gama de productos (ramos) es lo suficientemente amplia	NV	1	2	3	4	5	
2.- El producto responde adecuadamente a las necesidades	NV	1	2	3	4	5	

MERCADO						Comentarios	
En este apartado base sus respuestas en función de que le parece Mel Sac con respecto a otras empresas del sector.							
1.- Servicio al cliente	NV	1	2	3	4	5	
2.- Productos Comercializados	NV	1	2	3	4	5	
3.- Servicios prestados.	NV	1	2	3	4	5	
4.- Imagen de empresa.	NV	1	2	3	4	5	

VISION GENERAL

Apoyándose en todo lo anterior si tuviera que valorar de *forma global* el Servicio que presta **Mel Sac**, siguiendo el mismo criterio marcado en toda la encuesta sería:

1 2 3 4 5

COMENTARIOS ADICIONALES

La empresa Mel Sac desea conocer su opinión sobre cualquier cuestión que no se haya abordado en este cuestionario con la finalidad de mejorar los servicios que le ofrecemos y la atención que le prestamos.

Le rogamos que escriba sus comentarios a continuación:

Le agradecemos profundamente el tiempo y atención que ha dedicado a este formulario orientado a conseguir una mayor calidad en nuestro servicio de atención al cliente.

ENTREVISTA HACIA LOS EMPLEADOS. PARA DAR A CONOCER EL CLIMA LABORAL EN LA EMPRESA MEL SAC

1. ¿Cuál es su Nombre, edad, profesión?

.....
.....
.....

2. ¿Tiene usted una política escrita de servicio y atención al cliente?

.....
.....
.....

3. ¿Qué estabas haciendo antes?

.....
.....
.....

4. ¿Qué has logrado hasta ahora en la empresa, y qué falta por lograr?

.....
.....
.....

5. ¿Qué haces para mantener la calma y seguir perseverando en los momentos difíciles?

.....
.....

.....
6. ¿Qué sería el éxito para ti?

.....
.....
.....

7. ¿Ha sido capacitado por la empresa para ventas?

.....
.....
.....

8. ¿Conoce como tratar al cliente?

.....
.....
.....