



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

Aplicación del ciclo deming para la mejora de la calidad de servicio del proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, Callao, 2022.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Ingeniera Industrial

AUTORAS:

Huanqui Quispe, Any Roxana (orcid.org/0000-0003-4835-7298)

Taboada Raymundo, Heloisa Xomira (orcid.org/0000-0001-7251-6493)

ASESOR:

Mgtr. Montoya Cardenas, Gustavo Adolfo (orcid.org/0000-0001-7188-119X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Empresarial y Productiva

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2022

Dedicatoria

A nuestros padres, por estar con nosotras, por enseñarnos a crecer y a que si caemos debemos levantarnos, por apoyarnos y guiarnos, por ser las bases que nos ayudaron a llegar hasta aquí.

Agradecimientos

En primer lugar, queremos agradecer al Mgtr. Montoya Gustavo, quien nos guio en cada etapa del proyecto. Asimismo, agradecemos infinitamente a la universidad por brindarnos todos los recursos y herramientas para llevar a cabo el proceso de la tesis.

Índice de contenidos

Dedicatoria	ii
Agradecimientos	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Resumen	vi
Abstract	vii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	6
III. METODOLOGÍA	11
3.1. Tipo y diseño de investigación	11
3.2. Variables y operacionalización	12
3.3. Población, Muestra y Muestreo	15
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	16
3.5. Procedimientos	17
3.6. Método de análisis de datos	22
3.7. Aspectos Éticos	23
IV. RESULTADOS.....	24
V. DISCUSIÓN.....	34
VI. CONCLUSIONES.....	37
VII. RECOMENDACIONES	38
REFERENCIAS	39
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1.	Juicio de expertos.....	17
Tabla 2.	Presupuesto de la implementación	18
Tabla 3.	Flujo de caja	21
Tabla 4.	Indicadores financieros.....	22
Tabla 5.	Análisis descriptivo de Calidad de Servicio.....	24
Tabla 6.	Análisis descriptivo de capacidad de respuesta.....	25
Tabla 7.	Análisis descriptivo de fiabilidad	26
Tabla 8.	Prueba de normalidad de calidad de servicio	27
Tabla 9.	Estadísticos descriptivos de calidad de servicio.....	28
Tabla 10.	Estadístico de prueba de calidad de servicio	28
Tabla 11.	Prueba de normalidad de capacidad de respuesta	29
Tabla 12.	Estadísticos descriptivos de capacidad de respuesta	30
Tabla 13.	Estadísticos de prueba de capacidad de respuesta	31
Tabla 14.	Prueba de normalidad de fiabilidad.....	31
Tabla 15.	Estadísticos descriptivos de fiabilidad.....	32
Tabla 16.	Estadístico de prueba de fiabilidad	32

Resumen

El presente trabajo de investigación tuvo como finalidad determinar cómo la aplicación del ciclo de Deming mejora la calidad de servicio en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes ubicada en el distrito del Callao, durante el 2022.

El estudio ha sido de tipo aplicado, de diseño fue experimental, del tipo preexperimental, ya que existe la manipulación de variables. el enfoque fue cuantitativo, ya que se realizó un levantamiento de información para su posterior análisis estadístico. El instrumento de la investigación fue la ficha de observación y los reportes de ventas alcanzadas. Asimismo, se tuvo como técnica a la observación y los registros de ventas brindados por la empresa. El instrumento fue validado a través del juicio de expertos, y fue procesado estadísticamente. La población y muestra son iguales, por lo tanto, se tomó a la cantidad de ventas alcanzadas, durante 4 meses.

En los resultados, se incrementó la capacidad de respuesta en 16% y la fiabilidad en 3%, con ello se concluyó que la calidad de servicio fue mejorada por la aplicación del ciclo de Deming mejora en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes.

Palabras clave : Ciclo deming, calidad de servicio y atención al cliente.

Abstract

The purpose of this research work was to determine how the application of the Deming cycle improves the quality of service in the customer service process at a point of sale of a toy importing company located in the district of Callao, during 2022.

The study has been applied, the design was experimental, of the pre-experimental type, since there is manipulation of variables. The approach was quantitative, since information was collected for subsequent statistical analysis. The research instrument was the observation form and the reports of sales achieved. Likewise, observation and sales records provided by the company were used as a technique. The instrument was validated through expert judgment and was statistically processed. The population and sample are equal, therefore, the number of sales achieved for 4 months was taken.

In the results, responsiveness was increased by 16% and reliability by 3%, thus it was concluded that the quality of service was improved by the application of the Deming cycle improvement in a point of sale of a toy importing company.

Keywords: Deming cycle, Service quality and Customer service.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad las organizaciones buscan sobresalir de la competencia, con la finalidad principal de aumentar sus ingresos económicos, asimismo que sus ventas sean cada vez mayores de año en año, sin embargo, algunas aún desconocen la existencia de herramientas que ayudaran en el crecimiento de estas y como consecuencia el incremento de sus ventas.

A nivel mundial, debido a la pandemia según, National Retail Federation, las empresas minoristas se vieron afectadas dependiendo del rubro a que se dediquen, y en base a ello realizaron en el 2022 el Top 50 Global Retailers, siendo un trabajo en conjunto con Kantar, donde concluyeron que no se muestran cambios significativos, y tampoco se observan empresas nuevas en el top 10. Siendo el líder a nivel mundial Walmart y seguida de Amazon

La satisfacción del cliente depende directamente de la calidad de servicio que brinda la empresa esto conlleva a que el cliente les cuente a sus familiares cercanos sobre tu empresa o exprese su malestar a millones de personas (redes sociales) y estas se enteren que tu empresa es la peor. Según encuestas de ACSI (Índice de satisfacción del cliente estadounidenses), la satisfacción del cliente en el extranjero cayó en 0.5%, quedando con 75.1 en el 2021, con respecto a estudios del 2020, en el sector minorista (LÓPEZ, 2022).

A nivel nacional después de dos largos años, donde las personas realizaban las compras desde su hogar y recibiendo los pedidos en la puerta de su casa, vuelven a los centros comerciales con un aforo 100%, y a interactuar de forma directa con el cliente, esto empuja a los establecimientos demostrar que no solo cerraron sin planear nada para el regreso sino, poner en evidencia las mejoras que han realizado en el proceso de atención al cliente. Esto debido a que la satisfacción del cliente es una de las más importantes cualidades para distinguirse de la competencia. Para los peruanos es tan importante la calidad de servicio, de tal manera que según LAUZ (2019), afirma que el 71% de los limeños no vuelven a un establecimiento donde han tenido malas experiencias y el 36% de ellos utilizan las redes sociales para hacer notar su sentir frente a una desafortunada situación. Asimismo, el director de JL Consultores señala que la calidad de servicio influye un

60% en la decisión de compra, para ello él recomienda que las empresas no solo se deben enfocar en remodelar y/o publicitar sus establecimientos, si no en brindar capacitaciones al personal para mejorar la atención al cliente (GESTIÓN, 2019, p. 1).

A nivel local, el punto de venta de una importadora de juguetes, encargada de distribuir una amplia variedad de accesorios y juguetes de pequeños de 0 años a 3 años una de las más importantes y prestigiosas empresas de Lima y provincias. Sin embargo, se evidencia algunos problemas que están causando una baja calidad de atención al cliente, además de falta de capacitaciones, falta de motivación en el personal, incumplimiento a la hora de ingreso y una gestión deficiente en el punto de venta. Todo ello está ocasionando problemas, una calidad de atención inadecuada y una baja cantidad de ventas. Es por ello por lo que se propone la aplicación del ciclo de Deming el cual es un método de mejora continua y nos ayuda a mejorar e incrementar los ingresos.

Para conocer la situación de la tienda, se realizó el diagrama de Ishikawa (Ver Anexo 1) en donde se puede observar las causas que producen una baja calidad en la atención al cliente, a través de este análisis minucioso se detecta por qué no se logra brindar una calidad de atención adecuada al cliente. Con la detección de las causas (Ver Anexo 2), que ocasionan una baja atención al cliente se recomienda la aplicación del ciclo Deming de la mano con sus fases Planear-Hacer-Verificar-Actuar y como resultado de la aplicación de esta herramienta erradicar el problema. Luego de identificar las causas que generan una calidad de atención al cliente deficiente se procede a efectuar el diagrama de correlación (Ver Anexo 3) el cual nos va a permitir determinar si existe una relación entre las causas y el problema de la calidad de atención al cliente. Donde la causa con mayor frecuencia es disposición por realizar sus funciones (C6) y la que posee mejor porcentaje es la ausencia de encuestas a los clientes (C7). Después se efectuó el Diagrama de Pareto (Ver Anexo 4). cuya función ha sido clasificar de mayor a menor relevancia los problemas en los que debería enfocarse y solucionarlo de manera inmediata. Se identificó que las 7 primeras causas generan el 80% de los problemas son: Disposición por realizar sus funciones, Falta de compromiso en el personal, asesores no capacitados, no hay atención personalizada, no se le brinda servicio

post venta, falta de amabilidad de los trabajadores y la falta de espacio para una mejor distribución.

Respecto a las diversas causas que ocasionan la deficiente atención al cliente, se agruparon en 3 áreas, mediante la matriz de estratificación por áreas (Ver Anexo 5), por el cual determinaron que el problema es ocasionada por el macroproceso de Operaciones, ya que obtuvieron un 69% en la tabla de porcentajes de puntaje de causas por área (Ver anexo 6), estos resultados, posteriormente fueron graficados en el diagrama de estratificación (Ver Anexo 7), donde se puede visualizar el porcentaje de causas elevado en el área de operaciones. Por lo que determinaron direccionar soluciones que permitan una eficiente gestión. Para ello realizaron la matriz de alternativa de solución (Ver anexo 8), donde propusieron 3 posibles métodos, técnicas y/o estrategias que puedan dar solución al problema, obteniendo al ciclo de Deming como el adecuado frente a los distintos criterios considerados, ello con un puntaje de 288. Para que finalicen con este análisis, realizaron la matriz de priorización de problemas a resolver (Ver Anexo 9), donde determinaron priorizar soluciones para el área de operaciones con un nivel de criticidad alto, y ciclo de Deming como la medida a tomar.

Luego que analizaron el estado actual de la empresa, a través de las distintas herramientas, matrices, diagramas, entre otros instrumentos de análisis, formularon el problema general, el cual es; ¿De qué manera la aplicación del Ciclo de Deming mejorará la calidad de servicio en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes en el Callao, 2022? A su vez formularon los problemas específicos siguientes, ¿De qué manera la aplicación del ciclo de Deming mejora la capacidad de respuesta en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes en el Callao, 2022? y ¿De qué manera la aplicación del ciclo de Deming mejora la fiabilidad en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes en el Callao, 2022?

Para ello, formularon el objetivo general de determinar cómo la aplicación del ciclo de Deming mejora la calidad de servicio en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, en el Callao, 2022. Y como objetivos específicos manifestaron determinar cómo la aplicación del ciclo de

Deming mejora la capacidad de respuesta en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, en el Callao, 2022. Y a su vez determinar cómo la aplicación del ciclo de Deming mejora la fiabilidad en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, Callao, 2022.

La investigación fue justificada teóricamente, ya que se contrastan los resultados quedando como evidencia para posteriores investigaciones, ante ello MÉNDEZ (1995, p.126) definió la finalidad de las investigaciones de justificación teórica como creador de debate y reflexión sobre los argumentos ya existentes de esta misma manera confrontan y contrastan resultados finales.

Asimismo, se justificaron metodológicamente puesto que los resultados alcanzados en esta investigación podrán ser usados como referencia en posteriores estudios para BERNAL (2010, p. 107) la justificación metodológica se denomina a la investigación que se está planteando una nueva metodología o estrategia para generar y adquirir nuevos conocimientos.

Además, fue justificada de forma práctica puesto que le brindaron una solución al problema que venía enfrentando la organización, dando a conocer estrategias que reducirían y solucionarían sus problemas, ante ello MÉNDEZ (1995, p. 126) indica que la investigación es de carácter práctico cuando esta ayuda a solucionar un problema en específico y ofrece una cierta cantidad de estrategias y métodos para resolverla.

Se encuentra económicamente justificado puesto que la aplicación de este método aumenta y realza la calidad de servicio, ello conlleva a más concentraciones de ventas por ende mayor ingreso de ganancias a la empresa. BAENA (2017, p. 254) deduce la justificación económica de la investigación a la recuperación del dinero invertido en el transcurso de la implementación, dando a entender que la investigación ayudará a incrementar la rentabilidad de la empresa.

Por otro lado, se justificó de manera social ya que surge la posibilidad de ayudar a resolver un problema que aqueja y se ven afectados un grupo social en específico. Para ello ÑAUPAS, MEJÍA, NOVOA Y VILLAGÓMEZ (2014, p. 165) ratificaron que

todo estudio debe contar con justificación social para así lograr una trascendencia en la sociedad.

Finalmente, como hipótesis sostuvieron que la aplicación del ciclo de Deming mejora la calidad de servicio en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, en el Callao, 2022. Y como hipótesis específicas sostuvieron que la aplicación del ciclo de Deming mejora la capacidad de respuesta en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, en el Callao, 2022. y la aplicación del ciclo de Deming mejora la fiabilidad en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, en el Callao, 2022.

II. MARCO TEÓRICO

En el segundo capítulo se abordó los antecedentes tanto nacionales como extranjeros, enfoques conceptuales, bases teóricas que enmarcaron la investigación.

Tal es el caso de CASTAÑEDA Y SEMINARIO (2022) en su proyecto de investigación titulado “Ciclo Deming para mejorar la calidad de servicio en una institución de enseñanza superior privada, 2022” Realizaron su tesis para obtener el título profesional en ingeniería industrial, dicho estudio tuvo la finalidad de implementar el Ciclo de Deming para la mejora de la calidad de servicio en una institución de enseñanza superior privada, donde desarrollaron el enfoque cuantitativo y el diseño fue experimental, del tipo pre experimental, la muestra la conformo 97 personas, en cual aplicaron la encuesta tipo Servqual con 22 preguntas, tanto para pre test como post test. Además, de la encuesta se aplicó la técnica de observación. Finalmente, concluyeron que la implementación del ciclo de Deming tuvo efecto relevante en sus dimensiones, incrementando 9% en elementos tangibles, fiabilidad en 13%; capacidad de respuesta en 7%; seguridad en 10%; y empatía en 9%.

Por su lado, CORONADO (2021) en su proyecto titulado “Aplicación del ciclo Deming para mejorar la calidad de servicio en el centro comercial Movicentro, Lima 2021” Desarrolló su tesis para obtener título profesional en ingeniería industrial. La investigación tuvo de objetivo aplicar el ciclo de Deming para incrementar la calidad de servicio en un centro comercial denominado Movicentro. Puesto que desarrolló una investigación de tipo aplicada y enfoque cuantitativo, asimismo, de nivel explicativo y el tipo de diseño preexperimental. El estudio tuvo una duración de 4 periodos, utilizando a 79 propietarios de muestra. Los resultados hallados posteriormente a la implementación se concluyeron que la dimensión tangible incremento a un 70%, y 56% tanto para fiabilidad y capacidad de respuesta. Por lo que afirmó que la mejora de la calidad de servicio en el centro comercial Movicentro se dio por la aplicación del ciclo de Deming.

Asimismo, ROMERO (2021) en su tesis titulada “Implementación del ciclo de mejora continua para incrementar la satisfacción de los clientes de la empresa

Electro Romero SRL., Lima, 2021”, Quien desarrolló esta investigación para obtener el título profesional en ingeniería industrial. tuvo como objetivo principal determinar como el ciclo de mejora continua aumenta el nivel de satisfacción de los clientes de una empresa ferretera. Donde empleó el estudio del tipo aplicado, de nivel explicativo, de enfoque cuantitativo y de acuerdo al diseño, fue preexperimental, la muestra de estudio fue de 30 clientes. Donde se utilizó la técnica encuesta y de instrumento el cuestionario tipo SERVPERF. En los resultados se obtuvo que la satisfacción aumento de 76.09% a 91.42%, y se concluyó que el ciclo de mejora continua efectivamente aumenta el nivel de satisfacción de los clientes.

Mientras que, CABRERA (2021) en su proyecto titulado “Aplicación del Ciclo de Deming para mejorar la calidad de servicio de banca por teléfono de Scotiabank Perú, Lima 2021” Que desarrolló su tesis para obtener el título profesional en ingeniería industrial. Su investigación tuvo como finalidad mejorar la calidad del servicio brindado de la banca por teléfono en Scotiabank Perú. La metodología aplicada para el estudio fue explicativa, con enfoque cuantitativo y diseño preexperimental. De los resultados obtenidos, luego de la mejora, la capacidad de respuesta tuvo un incremento de 7% y de 33% en la satisfacción al cliente. Por lo que concluyo que el ciclo de Deming tiene un impacto en las actividades laborales diarias, y ello impacta positivamente en la calidad del servicio, capacidad de respuesta y la satisfacción al cliente.

FLORES (2020), En su investigación titulado “Aplicación del ciclo PHVA para la mejora la calidad de servicio en la plataforma atención al usuario, hospital nacional Arzobispo Loayza,2020” ha tenido como objetivo el determinar cómo es que la aplicación del ciclo de Deming mejora la calidad de servicio, siendo su población los reclamos realizados durante los tres últimos meses. El instrumento que utilizaron en su investigación ha sido un Check list. Las dimensiones que tuvo en consideración fueron empatía y capacidad de respuesta obteniendo como resultados 72% y 68% respectivamente, después de la implementación obtuvieron resultados muy favorables en el área de atención al usuario.

MARCYSIAK (2021), Customer service quality management on the courier services market. Artículo. Siedlce University of National Sciences and Humanities. Siedlce -

Polonia (2020). La investigación tuvo como finalidad evaluar la gestión de la calidad del servicio al cliente en empresas de mensajería. En la investigación se tuvo como metodología el tipo aplicado, de diseño cuasi experimental, y corte transversal. La técnica para la recolección de datos fue la encuesta, y de instrumento al cuestionario virtual. La población fueron los clientes que frecuentemente utilizaban los servicios de mensajería. La muestra fue, de 260 encuestas, los resultados se obtuvieron que un 76.02% recibe encomiendas de ropa y calzado, sin embargo, el 13.3% recibe correos de compras por internet, y entre otras de las opciones el 9.4% recibe correos de libros. En conclusión, se demostró los motivos principales que demuestran el uso frecuente de una misma compañía de correo como: el plazo de entrega, el precio del servicio y la seguridad.

MONTESINOS, VÁSQUEZ, MAYA Y GRACIDA (2021), Mejora Continua en una empresa en México: estudio desde el ciclo de Deming. Universidad Tecnológica de la Mixteca - México (2019). La investigación tuvo como finalidad estudiar los resultados obtenidos de la aplicación del ciclo de mejora continua en el área de inventarios de una planta de almacenamiento y distribución de gas en México. En la investigación tuvo como metodología de investigación experimental y de corte longitudinal. En conclusión, la aplicación del ciclo Deming, potenció significativamente el rendimiento del área de inventarios, por lo que puede ser aplicada en otras áreas de la misma empresa, y otro tipo de negocios.

SUARÉZ Y ZIPAQUIRA (2019), Evaluación de la calidad del servicio en el proceso de admisiones y matrículas en una institución de enseñanza superior de Boyacá - Colombia. La investigación tuvo como objetivo evaluar la percepción de la calidad del servicio en el proceso de gestión de admisiones y matrículas. En la investigación se tuvo como metodología experimental, transversal. Su población era la universidad, por ende, su muestra fueron 214 estudiantes. Se concluyó que la percepción de la calidad del servicio se encuentra en nivel bueno y la intervención sobre ellas puede generar cambios positivos en la calidad del servicio.

CONTRERAS, FRAILE Y SUÁREZ (2017) en su artículo titulado “Análisis de la calidad de los servicios académico-administrativos en una universidad colombiana” Universidad de Boyacá – Colombia. La investigación tuvo como propósito establecer la percepción de los alumnos frente a los servicios brindados, para ello,

se usó el instrumento Servqualing aplicado a una muestra de 832 alumnos. Se concluyó que tienen una buena percepción con una calificación de 4,08 (80%), estos resultados permiten orientaciones precisas para la toma de decisiones y conllevar a mejorar continuamente la calidad del servicio. Finalmente, se definen los conceptos claves para el desarrollo de la investigación. El ciclo Deming, también llamado ciclo PHVA o PDCA, es un sistema que ayuda a la implementación de un plan de mejora, que tendría como resultado el incremento de sus niveles de rendimiento y productividad. Este método tiene una alta efectividad en la aplicación del sistema de gestión de calidad. Asimismo, ayuda en la indagación de soluciones para la optimización de determinados procesos.

Para CASTILLO (2019, p.5) Esta metodología tiene un proceso de 4 fases que consta de la planificación, en esta primera fase o etapa se realiza el análisis de la situación actual de la empresa, establecer objetivos y la definición de acciones a ejecutar. Como segunda etapa se tiene hacer, aquí se ejecutan las acciones anteriormente planificadas bajo un método de control. Seguidamente se tiene a verificar, siendo la tercera etapa, esta muestra la comparación de los resultados planificados, con los resultados obtenidos, esto con el fin de analizar la ejecución, finalmente, se tiene a actuar, la cuarta etapa en el caso de obtener resultados favorables se mantiene como esta, de no ser el caso se realiza la determinar un nuevo plan de actividades.

Para GUTIERREZ (2010, p. 120) quien denomina al ciclo Deming como Ciclo PHVA (siglas en español), afirma que este cuenta con cuatro fases, pero se debe realizar ocho pasos para solucionar el problema mediante esta filosofía, ya que cuando se trata de problemas importantes a resolver, no se deben proponer soluciones directamente, ni aventurarse a realizar acciones, de lo contrario él recomienda aplicar el ciclo PHVA junto a los ocho pasos a detallar a continuación, esto con la finalidad de dejar de realizar acciones por reacción.

El proceso para resolver un problema inicia con la primera etapa: Planear, donde se define, delimita y analiza la magnitud del problema; seguidamente se busca todas las posibles causas, para luego investigar cual es la causa más importante, y finalizar la primera etapa, considerando las medidas remedio. En la segunda etapa: Hacer, se pone en práctica las medidas remedio, para luego pasara la

siguiente etapa: verificar, donde se revisa los resultados obtenidos. Para finalizar con el ciclo se tiene la cuarta y última etapa: Actuar, Donde se previene la recurrencia del problema y se concluye.

Por otro lado, tenemos a la calidad de servicio este es el conjunto de estrategias y acciones que contribuyen a la mejora de la atención al cliente, asimismo este no solo se toma como una fortaleza en el mercado, sino también como un elemento fundamental en la relación cliente – marca.

III. METODOLOGÍA

3.1. Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

En este proyecto se desarrolló una investigación de tipo aplicada. Para BAENA (2017, p.18), este tipo de investigación es también denominada utilitaria, la cual se ejecutará a un problema donde se puede actuar, llevando las teorías generales antes existentes a la práctica donde se aplicarán principios de una determinada ciencia. Por lo que, en esta investigación se aplicó el ciclo de Deming para el mejoramiento en la calidad del servicio, por lo que se realizó así el traslado de la teoría de esta metodología a la práctica.

Asimismo, se tuvo un enfoque cuantitativo, ya que se probó la metodología del ciclo Deming, ante ello BAPTISTA, FERNÁNDEZ Y HERNÁNDEZ (2014, p. 4) definieron este enfoque como el que experimenta teorías y comportamientos de una determinada variable, siendo estudiada por estadísticas y términos numéricos, de una previa recolección de datos.

3.1.2. Diseño de investigación

El diseño desarrollado en la investigación fue experimental, según BAUER, BLECK y DOMBOIS (2010, p. 73) definieron el diseño experimental como el proceso de verificación de una variable sobre otra, lo cual implicará la manipulación de la variable independiente, este representará el control de los efectos para probar la variable dependiente. porque se manipularán las variables.

El estudio es de diseño preexperimental, puesto que se aplicará pretest y post test de la aplicación del ciclo Deming.

$$G: O_1 - X - O_2$$

Dónde:

O₁: Pre-Test

X: Aplicación

O₂: Post Test

Esta investigación fue de corte longitudinal ya que se tomó un intervalo de tiempo, tanto antes como después de la aplicación de la variable de estudio. Ante ello, BERNAL (2010, p. 219) definió a la investigación de corte longitudinal como la obtención de datos en tiempos distintos de una misma población, con el objetivo de estudiar los constructos en el tiempo.

Finalmente se desarrolló un estudio de alcance explicativo el cual HERNANDEZ y otros (2014, p. 95) lo definen como el estudio que no solo se centra en definir conceptos, sino en encontrar las causas que lo producen, su propósito e interés se enfoca en explicar el porqué del suceso y la interacción de dos o más variables.

3.2. Variables y operacionalización

En la presente investigación se detallará las variables tanto dependiente como independiente, siendo la calidad de servicio y el ciclo Deming respectivamente. Asimismo, se desarrolló la Matriz de operacionalización (Ver Anexo 10).

La variable independiente de esta investigación es el ***ciclo Deming***.

- **Definición Conceptual**

El ciclo Deming contribuye de manera ordenada y organizada en la ejecución de procesos alcanzando altos índices de calidad y servicio, contribuyendo en alcanzar los objetivos ya propuestos por la organización. (ZAPATA,2016, p.6)

- **Definición operacional**

El Ciclo Deming se encuentra en búsqueda de complementar mejorar en los procesos de la organización, planificar, ejecutar, verificar y según los resultados obtenidos que realiza nuevamente el ciclo.

- **Dimensiones**

Dimensión 1: Planear

En esta primera etapa de Ciclo Deming comprende la necesidad que tienen las organizaciones en cubrir las exigencias y expectativas del cliente, brindando un producto alto en calidad asegurando el éxito en la compra y como resultado se tiene un cliente satisfecho y con el propósito de que retorne a adquirir algún producto complementario. (ZAPATA, 2016, p.12)

Dimensión 2: Hacer

En esta segunda etapa del Ciclo Deming corresponde a que si se quiere lograr un resultado favorable se maneje procesos para lograr obtenerlo. Cada organización que aplique este enfoque garantiza plenamente calidad en su servicio y productos, asegurando una mejora de manera continua, ello logra obtener un aumento significativo en la satisfacción al cliente y el éxito de la empresa. (ZAPATA, 2016, p.12)

Dimensión 3: Verificar

En esta tercera etapa del Ciclo Deming se enfoca en la toma de decisiones correctas basadas en datos e información ya obtenida. A partir de esta recolección de datos las organizaciones hacen toma de decisiones buscando el éxito de sus procesos, además permite el cumplimiento de objetivos y metas ya definidas. (ZAPATA, 2016, p.13)

Dimensión 4: Actuar

En esta última etapa del Ciclo Deming, los líderes de cada organización deben mantener firme los 3 pasos ya antes mencionados para garantizar una calidad y un servicio eficaz y eficiente. (ZAPATA, 2016, p.14)

- **Indicador:**

$$IEVO = \frac{Cv}{Ce}$$

Dónde:

IEVO: Indicador de eficiencia por cada venta obtenida

Cv: Cantidad de ventas alcanzadas

Ce: Cantidad de ventas esperadas

- **Escala de medición: Razón**

Y como variable dependiente de esta investigación se tiene a la **calidad de servicio**.

- **Definición Conceptual**

La calidad de servicio es el hábito desarrollado por las empresas para interpretar tanto las expectativas como necesidades de los clientes, obteniendo como respuesta un servicio adecuado, oportuno ágil seguro y confiable. De tal forma que los clientes tengan distintos sentimientos como: comprensión, exclusividad, atendido y servido, aun estando en situaciones imprevistas y cometiendo errores (MATEOS, 2019, pp. 16).

- **Definición operacional**

La calidad de servicio es un conjunto de indicadores, sin embargo, en este caso se analizará la capacidad de respuesta y la fiabilidad.

- **Dimensiones**

Dimensión 1: Capacidad de respuesta

La capacidad de respuesta es el contacto con el cliente y la factibilidad de lograr el objetivo, esto se lleva a cabo con un servicio rápido, mostrando ayuda a los clientes y siendo una organización con accesibilidad para el cliente (DRUKER, 1990, pp. 41).

- **Indicador:**

$$\text{Capacidad de respuesta} = \frac{Ca}{Ci}$$

Dónde:

Ca: Número de Clientes Atendidos

Ci: Cantidad de Clientes que ingresaron a tienda

- **Escala de medición: Razón**

Dimensión 2: Fiabilidad

Para CLEMENZA, GOTERA Y ARAUJO (2010, p. 112), la fiabilidad es definida como el cumplimiento correcto de las promesas realizadas por la empresa, en su servicio, desde el inicio de la visita del cliente, hasta su retiro, siendo atendido con formalidad y exactitud. Es decir, que cumplan las expectativas del cliente con respecto al servicio que se le brinda al mismo.

- **Indicador:**

$$Fiabilidad = 1 - \frac{Cc}{Ci}$$

Dónde:

Cc: Número de Clientes Compradores

Ci: Cantidad de Clientes que ingresaron a tienda

- **Escala de medición:** Razón.

3.3. Población, Muestra y Muestreo

3.3.1. Población

Para ÑAUPAS et al. (2014, p. 246), la población, también denominado universo, es el conjunto de eventos, objetos, hechos y/o elementos, que se van a investigar Siendo así, la población sería la cantidad de ventas alcanzadas, durante 2 meses antes y 2 meses después de la ejecución del ciclo Deming.

Criterio de inclusión: Se tomará en cuenta a los dos meses con mayor demanda, como son: Julio y agosto.

Criterio de exclusión: Los meses restantes del año, donde la demanda es mínima.

3.3.2. Muestra

Para ÑAUPAS et al. (2014, p. 246) una muestra es una parte representativa de la muestra, esta debe reunir las características requeridas para el objetivo del estudio. En esta investigación la muestra es igual a la población.

3.3.3. Muestreo

ÑAUPAS et al. (2014, p. 246) define al muestreo como la técnica que consiste en extraer la muestra del universo. Se aplicará un muestreo intencional o por conveniencia, ante ello, ARIAS (2000, p. 61) lo define como el muestreo que cumple con los intereses del investigador.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Técnica de recolección de datos

Para ARIAS (2020, p. 54) La técnica de recolección de datos es la herramienta que permite obtener datos y guiar el camino correcto para la recolección de estos. Puesto que en esta investigación se aplicará la técnica de la observación no participante, ante ello ARIAS y COVINO (2021, p. 87), lo definieron como la técnica donde el investigador no es partícipe de la población de estudio y deja que este realice sus actividades con normalidad. Asimismo, especificar la forma que se utilizara qué es la observación no participante de forma indirecta donde la información será recaudada mediante los distintos tipos de reportes.

Además, se aplicará el análisis documental el cual permite evaluar los datos históricos de la organización y la relación con las variables de estudio.

Instrumentos de recolección de datos

El instrumento a utilizado es la ficha de observación, frente a ello ARIAS (2011, p.88) define como la recolección de datos mediante un formato donde se detallan las acciones y observaciones del estudio.

Validación de instrumento: La validez hace alusión al grado que se le da a una herramienta que da la medida de una respectiva variable, señalando así también que se puede obtener evidencia respectivamente (RUIZ, 1998). Este instrumento es validado mediante el juicio de expertos.

Tabla 1. *Juicio de expertos*

Juez	Aplicabilidad	
Mgtr. Montoya Cárdenas, Gustavo Adolfo	Aplicable	Ver Anexo 23
Mgtr. Zeña Ramos, Jose la Rosa	Aplicable	Ver Anexo 24
Mgtr. Molina Vílchez, Jaime Enrique	Aplicable	Ver Anexo 25

Fuente: Elaboración propia.

Interpretando la tabla 1, se denota la validez por la decisión de expertos para ambas variables, determinado aplicable por los jueces, el cual, se puede deducir que la herramienta fue validada para poder recolectar datos.

3.5. Procedimientos

El proceso se desarrolló en 8 pasos (Ver Anexo 11), con el fin de conocer la situación actual de la empresa, mediante el diagrama de Ishikawa, análisis de correlación, diagrama de Pareto, entre otras herramientas de mejora continua.

Análisis problemático

Teniendo en cuenta el desarrollo del diagrama de Ishikawa el cual dio a conocer las causas del problema. Siendo, *Disposición por realizar sus funciones*, el problema más recurrente seguido de la *falta de compromiso en el personal*, ya que el personal no tiene definido las responsabilidades que debían cumplir dentro de su centro de labores. Ya que, a pesar de ver al cliente en una indecisión o dudas por los distintos artículos en venta, no se acerca hasta que sea llamado. En el tercer lugar se tiene *asesores no capacitados*, esto se debió a que la empresa no cuenta con programa de capacitaciones para los asesores como refuerzo en el proceso de atención al cliente, seguidamente se posiciona que *no hay atención personalizada*, esto se daba ya que no existía un speech y el abordaje a los clientes se daba de forma más espontánea, finalmente se tiene la *falta de amabilidad de trabajadores*,

Después del análisis de la tienda, se realizó la toma de datos de pretest (Ver Anexo 14), para analizar si el ciclo de Deming causa un impacto positivo en la calidad del servicio en el proceso de atención al cliente. Por lo que se recogió todos los datos necesarios para la medición de la situación actual del servicio. Por el reporte y recolección de datos se observó una capacidad de respuesta no es suficiente para la cantidad de personas visitantes de tienda, por el cual se decidió realizar

implementar soluciones en el proceso. Y con respecto a la fiabilidad, se tiene un número elevado de reclamos por el servicio que se brinda, por el que no cumple con la calidad de servicio ofrecido.

Propuesta de mejora

La elaboración del diagrama Ishikawa nos permite conocer las causas del problema y con ello se desarrollo el plan de acción para la mejora de calidad del servicio en el punto de venta de una importadora de juguetes. (Ver Anexo 12) donde se consideró las soluciones frente a los problemas que se identificaron.

Cronograma de implementación

Se presentó el cronograma de actividades para la implementación del ciclo de Deming (Ver Anexo 13).

Presupuesto de la implementación

Cuando se requiere realizar una implementación se solicita un presupuesto alineado con el ministerio de economía y finanzas, por ello se presentó la inversión significativa de la gestionar la implementación del ciclo de Deming.

Tabla 2. *Presupuesto de la implementación*

Ítem	Descripción	Costo
01	Recursos humanos	S/.4200.00
02	Materiales y herramientas	S/.45.00
03	Servicios	S/.160.00
TOTAL		S/.4405.00

De la segunda tabla se ha estimado cuatro mil cuatrocientos cinco con 00/100 soles. para la mejora del proyecto el cual fue financiada por la empresa importadora de juguetes.

Implementación de la propuesta

Luego de analizar la situación actual del servicio de atención al cliente se inició con la aplicación del ciclo de Deming, el cual tiene como primer paso la definición de problemas e identificación de causas y problemas, el cual nos permite identificar y dar a conocer los problemas y causas que originan la baja calidad del servicio al

cliente en el proceso de atención al cliente, en el cual, se desarrolló distintas herramientas de calidad, como es el caso del diagrama de Ishikawa, el diagrama de Pareto, entre otras herramientas. Identificando 12 causas de las cuales las principales son: Disposición por realizar sus funciones, falta de compromiso en el personal, asesores no capacitados, no hay atención personalizada, falta de amabilidad de trabajadores y sus problemas principales son la baja calidad de servicio, baja capacidad de respuesta y baja fiabilidad. De los cuales los dos últimos fueron estudiados ya que, en consecuencia, de ello, se manifiesta el problema principal.

Como segundo paso se tiene al anuncio y capacitación de la implementación, esto se dio mediante una capacitación donde se le explico a los asesores, el desarrollo de la implementación, para despertar curiosidad e interés en el proceso de implementación. Donde se explico el ciclo de Deming, y como será aplicada a la empresa.

La capacitación denominada "introducción al ciclo Deming" (Ver Anexo 16) se desarrolló con el objetivo de instruir a los asesores la metodología que se aplicara y sus beneficios.

Finalmente se inicia con el proceso de implementación, desarrollando sus ocho pasos. El cual se inicio con la primera etapa: Planear, donde se define, delimita y analiza la magnitud del problema; seguidamente se busca todas las posibles causas, para luego investigar cual es la causa más importante, que ya se analizaron en la primera parte de la investigación con las distintas herramientas de mejora continua, y para finalizar la primera etapa, se consideró las medidas remedio. Esto mediante el plan de acción donde se determinó: capacitar y/o concientizar al personal e implementar un Speech,

Con ello tener oportunidades de mejora en la capacidad de respuesta en el servicio, la mejora de la atención al cliente, revisar del perfil del asesor. reorganización de funciones de los asesores, planificar capacitaciones temporales.

En la segunda etapa: Hacer, se pone en práctica las medidas remedio, para la mejora en la capacidad de respuesta en el servicio, se le contabilizo al personal diariamente las personas atendidas, en la mejora de la atención al cliente, revisar

del perfil del asesor. reorganización de funciones de los asesores, se realizó una inducción al personal para la instrucción de sus actividades diarias (Ver Anexo 17), seguidamente se realizó el Speech (Ver anexo 18) y se finalizó con el tema role play (Ver Anexo 19). La ejecución de las capacitaciones se dio mediante el cronograma de capacitaciones (Ver Anexo 15),

Para luego pasara la siguiente etapa: verificar, se comprobó el nivel de cumplimiento de los asesores de venta, en el progreso de sus actividades. Como se demuestra en el aumento del porcentaje de la capacidad de respuesta.

Para finalizar con el ciclo se tiene la cuarta y última etapa: Actuar, Donde se previene la recurrencia del problema y se concluye. donde se revisa los resultados obtenidos. Se levantaron los datos de después de la implementación (Ver Anexo 20), donde se analiza las mejoras en el cuarto punto, que viene a ser los resultados.

Análisis económico

En este apartado se presentó el flujo de caja el cual contiene información tanto de ingresos y egresos detallados en la tabla, además se determinó el valor neto actual y, la tasa interna de retorno, el cual nos determinó la recuperación de la inversión.

Tabla 3. Flujo de caja

FLUJO DE CAJA													
PERIODO (mes)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
INGRESOS													
Beneficios (ahorro)	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000
TOTAL DE INGRESOS	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000
EGRESOS													
Costos de implementación													
Gastos de la elaboración de la propuesta	860												
Gastos de implementación del ciclo Deming	4405												
Costos de mantenimiento de la implementación		600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
TOTAL DE EGRESOS	5265	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600
FLUJO DE CAJA	5265	4400	4400	4400	4400	4400	4400	4400	4400	4400	4400	4400	4400

Fuente: Elaboración propia

En la tabla 3, se visualizó, tanto ingresos, egresos de la empresa, así como el costo de implementación y el mantenimiento del mismo, esto tuvo una proyección para el periodo 12 de s/. 47,535.00 nuevos soles. Asimismo, se observó la recuperación de la inversión en el periodo 2.

Tabla 4. *Indicadores financieros*

Tasa de Descuento (mensual)	8.20%
Valor Actual Neto - VAN	S/ 38,082.87
Tasa Interna de Retorno - TIR	83%
Análisis Beneficio / Costo - B/C	S/ 6.23

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 11, se consideró la tasa de descuento de 8.20%, información que fue proporcionada por la empresa. Obteniendo un valor actual neto de s/. 38,082.87 y una Tasa interna de retorno de 83%, adicional a ello, se tiene el costo / beneficio de s/. 6.23. Esto nos indica que el proyecto de implementación es viable y garantiza el retorno de la inversión en un corto plazo.

3.6. Método de análisis de datos

Nivel descriptivo: Para RENDÓN, MIRANDA Y VILLASIS (2016) se dice que la estadística descriptiva recomienda sintetizar la información de la investigación de manera gráfica como tablas, figuras y cuadros, convirtiendo la información en clara y sencilla (p. 398), en efecto, para esta investigación se desarrolló este tipo de estadística, mediante la representación de datos en tablas y figuras.

Nivel inferencial: Para ACOSTA, LAINES Y PIÑA (2021, p. 7) la estadística inferencial se enfoca en el proceso de valoración, análisis e interpretación de datos recolectados de la muestra, para la obtención de resultados y conclusiones, brindando una base científica correcta para la toma de decisiones. De esta forma, para el presente estudio se desarrollaron dos pruebas estadísticas, la primera, para la distribución de la variable siendo, la primera, la prueba de la normalidad y, en segundo lugar, la prueba de Wilcoxon

- **Juicio de expertos**

Dicho método es básicamente la revisión del instrumento, con la finalidad de mejorar la información contenida en los cuestionarios y a la investigación en conjunto, a su vez verifican si la investigación es fiable. Esta revisión lo realizan profesionales expertos con trayectoria en el tema de investigación.

- **SPSS Statistics (Paquete estadístico para las ciencias sociales)**

Dicho Software se utiliza para la evaluación de los instrumentos, ya que brinda procedimientos estadísticos, de tal manera que facilitan el análisis de los datos de la investigación.

3.7. Aspectos Éticos

En la elaboración de la investigación se tendrá como base, las políticas y especificaciones delimitadas por la universidad. Asimismo, se mantendrá total confidencialidad de toda la información obtenida siendo direccionada netamente a la finalidad de la investigación. Finalmente, los autores se comprometen a no difundir los resultados obtenidos sin el consentimiento debido y mantener la veracidad de los datos.

IV. RESULTADOS

Análisis Descriptivo

Realizaron el comparativo del resultado obtenido por la variable dependiente, del levantamiento de datos del antes y el después de la implementación a través del análisis descriptivo.

Variable dependiente – calidad de servicio

Tabla 5. *Análisis descriptivo de Calidad de Servicio*

		Descriptivos	
		Estadístico	Desv. Error
Calidad_Serv_PRETEST	Media	,5045	,01289
	Mediana	,4900	
	Varianza	,005	
	Desv. Desviación	,07178	
	Mínimo	,39	
	Máximo	,66	
	Rango	,27	
Calidad_Serv_POSTEST	Media	,6870	,02480
	Mediana	,7000	
	Varianza	,019	
	Desv. Desviación	,13806	
	Mínimo	,06	
	Máximo	,88	
	Rango	,82	

Fuente: Spss – Elaboración propia

Interpretando la quinta tabla, la calidad de servicio en el pretest ha sido de 50.45%, logrando una mejora en el post test de 68.70%, la desviación estándar en el pretest comprende datos que cuenta con menor dispersión en el pretest y una mayor dispersión en el post test mostrando como resultado de 12.89% a 24.80%. La media y la mediana en el pretest están muy cercanos al igual que en el post test.

Análisis descriptivo: Capacidad de respuesta.

Tabla 6. Análisis descriptivo de capacidad de respuesta.

			Estadístico	Error estándar
Capacidad de respuesta 2021	Media		,531639	,0141695
	Mediana		,530000	
	Varianza		,012	
	Desviación estándar		,1106674	
	Mínimo		,3000	
	Máximo		,8500	
	Rango		,5500	
Capacidad de respuesta 2022	Media		,710820	,0116911
	Mediana		,710000	
	Varianza		,008	
	Desviación estándar		,0913107	
	Mínimo		,5500	
	Máximo		,9100	
	Rango		,3600	

Fuente: Spss – elaboración propia

Interpretando la sexta tabla, la capacidad de respuesta en el Pretest ha sido de 53.1639% logrando una mejorar en el Post Test de 71.0820%, la desviación estándar en el pretest comprende que los datos tienen mayor dispersión en el pretest y una menor dispersión en el post test, mostrando de 11.0667% a 9.1310%. La mediana y la media en el Pretest se muestran muy cercanos y en el post test muestran una diferencia.

Análisis descriptivo: Fiabilidad

Tabla 7. *Análisis descriptivo de fiabilidad*

		Estadístico	Error estándar
Fiabilidad 2021	Media	,959016	,0069648
	Mediana	1,000000	
	Varianza	,003	
	Desviación estándar	,0543968	
	Mínimo	,8500	
	Máximo	1,0000	
	Rango	,1500	
Fiabilidad 2022	Media	,985902	,0055583
	Mediana	1,000000	
	Varianza	,002	
	Desviación estándar	,0434119	
	Mínimo	,7300	
	Máximo	1,0000	
	Rango	,2700	

Fuente: Spss – elaboración propia

Interpretando la séptima tabla, se visualizó a la media de la fiabilidad, en el post test es mayor que en el pretest, de 95.88% incremento a 99.15%, por su lado, la desviación estándar mostró menor dispersión en el post test 2.013 a 5.440. Asimismo, en el post test la media y mediana son muy cercanos.

Análisis Inferencial

Análisis de la Hipótesis general

Se procede a contrastar la hipótesis mediante el uso de estadígrafos. Para ello se procede a realizar la prueba de normalidad en el cual determinara si la prueba es paramétrica o no paramétrica.

Regla de decisión:

Si $p \text{ valor} \leq 0.05$ los datos estudiados son de comportamiento no paramétrico

Si $p \text{ valor} > 0.05$ los datos estudiados son de comportamiento paramétrico

Tabla 8. Prueba de normalidad de calidad de servicio

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Calidad_Serv_PRETEST	,118	61	,200*	,958	31	,263
Calidad_Serv_POSTEST	,238	61	,000	,692	31	,000

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Spss – Elaboración propia

En la octava tabla se tomó los datos de significancia de la prueba estadística Kolmogorov Smirnov, por la cantidad de datos, donde la significancia en el Pretest es mayor a 0.05, en este sentido los datos poseen una conducta paramétrica, por su lado, en el post test se obtuvo una significancia menor a 0.05 por ende los datos poseen una conducta no paramétrica. Por lo tanto, se procede a utilizar el estadígrafo de wilcoxon.

Contrastación de la H:

- Hipótesis Nula (**H₀**): La aplicación del ciclo de Deming no mejora la calidad de servicio en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, Callao, 2022.
- Hipótesis Alternativa (**H_a**): La aplicación del ciclo de Deming mejora la calidad de servicio en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, Callao, 2022.

Regla de Decisión:

$$H_0: \mu_a \geq \mu_d$$

$$H_a: \mu_a < \mu_d$$

Dónde:

μ_a : Capacidad de respuesta antes de aplicar el ciclo de Deming.

μ_d : Capacidad de respuesta después de aplicar el ciclo de Deming.

Estadísticos descriptivos

Tabla 9. *Estadísticos descriptivos de calidad de servicio*

	N	Media	Desv.	Mínimo	Máximo
			Desviación		
Calidad_Serv_PRETEST	61	,5045	,07178	,39	,66
Calidad_Serv_POSTEST	61	,6870	,13806	,06	,88

Fuente: Spss – Elaboración propia

En la novena tabla, se visualizó el comparativo de las medias de la calidad de servicio, siendo el pretest menor al post test. Por ende, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna, dando como resultado que la implementación del ciclo de Deming mejora la calidad de servicio en una empresa importadora de juguetes.

Regla de decisión

Si $p \text{ valor} \leq 0.05$, se rechaza la hipótesis nula

Si $p \text{ valor} > 0.05$, se acepta la hipótesis nula.

Tabla 10. *Estadístico de prueba de calidad de servicio*

Estadísticos de prueba ^a	
Calidad_Serv_POSTEST - Calidad_Serv_PRETEST	
Z	-4,127 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,000

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

b. Se basa en rangos negativos.

Fuente: Spss – Elaboración propia.

En la décima tabla, se analizó la significancia de la calidad de servicio con respecto al pre y post test, presentando una significancia menor a la de 0.05, por ende, se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la hipótesis nula. Asimismo, se afirmó que del ciclo Deming mejora la calidad de servicio en una empresa importadora de juguetes.

Análisis de la H₁:

Con el propósito de contrastar la hipótesis específica 1, los antecedentes son paramétricos o no paramétricos, la muestra a analizadas es de 61 días, se ha realizado la prueba de normalidad a través del estadígrafo de Kolmogorov Smirnov

Regla de decisión:

Si p valor \leq 0.05 los datos estudiados son de comportamiento no paramétrico

Si p valor $>$ 0.05 los datos estudiados son de comportamiento paramétrico

Tabla 11. Prueba de normalidad de capacidad de respuesta

		Pruebas de normalidad					
		Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Capacidad de respuesta			61	,029	,958	61	,035
2021		,120					
Capacidad de respuesta		,088	61	,200 [*]	,975	61	,255
2022							

*. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Spss – elaboración propia

Interpretando la tabla decimoprimera, de los datos recopilados el cual constan de 61 valores de medición se utilizó la prueba estadística Kolmogorov Smirnov, teniendo a una de las variables en condición paramétrica, en consecuencia, se utilizó la prueba de Wilcoxon.

Contrastación de la H₁:

- Hipótesis Nula (**H₀**): La aplicación del ciclo de Deming no mejora la capacidad de respuesta en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, Callao, 2022.

- Hipótesis Alternativa (H_a): La aplicación del ciclo de Deming mejora la capacidad de respuesta en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, Callao, 2022.

Regla de Decisión:

$$H_0: \mu_a \geq \mu_d$$

$$H_a: \mu_a < \mu_d$$

Dónde:

μ_a : Capacidad de respuesta antes de aplicar el ciclo de Deming.

μ_d : Capacidad de respuesta después de aplicar el ciclo de Deming.

Estadísticos descriptivos

Tabla 12. *Estadísticos descriptivos de capacidad de respuesta*

Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
capacidad de respuesta 2021	61	,3000	,8500	,531639	,1106674
capacidad de respuesta 2022	61	,5500	,9100	,710820	,0913107
N válido (por lista)	61				

Fuente: Spss – elaboración propia

En la tabla decimosegunda, se visualiza que la media de la capacidad de respuesta del Post test es superior a la media del Pretest, razón por la cual, se rechaza la hipótesis nula, en consecuencia, se acepta la hipótesis alterna, donde señala que la aplicación del ciclo de Deming mejora la capacidad de respuesta en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes.

Regla de decisión

Si $p \text{ valor} \leq 0.05$, se rechaza la hipótesis nula

Si $p \text{ valor} > 0.05$, se acepta la hipótesis nula.

Tabla 13. Estadísticos de prueba de capacidad de respuesta

Estadísticos de prueba^a	
Capacidad de respuesta 2022 - Capacidad de respuesta 2021	
Z	-6,191 ^b
Sig. asin. (bilateral)	,000

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

b. Se basa en rangos negativos.

Fuente: Spss – elaboración propia

En la tabla decimotercera, quedó confirmado que la significancia de Wilcoxon, aplicado al indicador de capacidad de respuesta, en el pretest y post test tiene un valor de 0.000, por lo que, de acuerdo con la regla de decisión, se rechaza la hipótesis nula y se acepta, que la implementación del Ciclo de Deming mejora la capacidad de respuesta de un punto de venta en una empresa importadora de juguetes.

Análisis de la H₂:

Prueba de normalidad: Fiabilidad

Tabla 14. Prueba de normalidad de fiabilidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Fiabilidad 2021	,381	61	,000	,724	61	,000
Fiabilidad 2022	,431	61	,000	,367	61	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Spss – elaboración propia

Interpretando la tabla decimocuarta, los datos recopilados el cual constaron de 61 valores de medición, se utilizó la prueba estadística Kolmogorov Smirnov, teniendo a ambas significancias de 0.000, por lo que se deduce que las variables están en condición no paramétrica, por ende, se utilizó la prueba de Wilcoxon.

Contrastación de H₂:

hipótesis específica 2:

- Hipótesis Nula (**H₀**): La aplicación del ciclo de Deming no mejora la fiabilidad en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, Callao, 2022.
- Hipótesis Alternativa (**H_a**): La aplicación del ciclo de Deming mejora la fiabilidad en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, Callao, 2022.

Estadísticos descriptivos

Tabla 15. Estadísticos descriptivos de fiabilidad

Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación
fiabilidad 2021	61	,8500	1,0000	,959016	,0543968
fiabilidad 2022	61	,7300	1,0000	,985902	,0434119
N válido (por lista)	61				

Fuente: Spss – Elaboración propia

En la tabla decimoquinta. se visualizó que la media de la fiabilidad del post test es superior a la media del pretest, por lo que, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, donde señala que la Implementación del ciclo de Deming, mejora la fiabilidad en una empresa importadora de juguetes.

Regla de decisión

Si $p \text{ valor} \leq 0.05$, se rechaza la hipótesis nula

Si $p \text{ valor} > 0.05$, se acepta la hipótesis nula.

Tabla 16. Estadístico de prueba de fiabilidad

Estadísticos de prueba ^a	
Fiabilidad 2022 - Fiabilidad 2021	
Z	-3,041 ^b
Sig. asin. (bilateral)	,002

a. Prueba de rangos con signo de Wilcoxon

b. Se basa en rangos negativos.

Fuente: Spss – elaboración propia

En la tabla decimosexta, se demostró que la significancia de Wilcoxon, aplicado al indicador de fiabilidad tanto en el pretest y post test mostró un valor de 0.002, eso se interpretó de acuerdo a la regla de decisión, por lo que, se acepta la hipótesis nula y, con esto se acepta, que la aplicación del ciclo Deming no mejora la fiabilidad de un punto de venta de una empresa importadora de juguetes.

V. DISCUSIÓN

El estudio realizado tuvo cercana relación con los antecedentes, enfoques y resultados con los estudios anteriormente realizados, es por ello que al igual que otros autores creen adecuado, que el Ciclo de Deming es ideal para incrementar y mejorar la calidad de servicio por lo que emplearon dicha metodología logrando así resultados favorables. Sin embargo, luego que se contrastaron los resultados con investigaciones pasadas donde se determinó que el Ciclo de Deming mejora la calidad de servicio en el área de atención al cliente, la estadística arrojó 18% de incremento, el cual tuvo un resultado similar a la investigación de CABRERA (2021), el cual fue de 10% la mejora de la calidad de servicio en la atención al cliente de banca por teléfono, por su lado ROMERO (2020) duplicó los resultados de la investigación de Cabrera, obteniendo 20% de incremento, y FLORES (2021) en su tesis obtuvo un punto más, teniendo 21 puntos porcentuales más con la aplicación del ciclo de Deming en la calidad de servicio.

Hallamos un porcentaje que incrementa la capacidad de respuesta en la tienda, de un 56% a 71%, este resultado positivo, tiene una similitud con los trabajos de CABRERA (2021) el cual el incremento fue de un 7%, concluyendo que la capacidad de respuesta efectivamente puede ser potenciado por el ciclo de Deming, este aplico capacitaciones al personal sobre la mejora del proceso de protocolo. Por su lado, CASTAÑEDA Y SEMINARIO (2021) quienes aplicaron encuesta SERVQUAL, obtuvieron un 7% de incremento, llegando a concluir que el Ciclo de Deming mejora la capacidad de respuesta. Asimismo, CORONADO (2021), tuvo una disminución de 18% para incrementar en 56%, este aplico acciones de mejora continua, y capacitaciones a todo el personal involucrado. Concluyendo así que la capacidad de respuesta es mejorada mediante la aplicación del ciclo de Deming.

Frente a la Fiabilidad se tuvo un incremento de 3%, este resultado tiene coincidencias positivas con otros estudios, pero el porcentaje es distinto, sin embargo queda demostrado que el ciclo de Deming influye levemente en la mejora de la fiabilidad. Frente a ello ROMERO (2021) obtuvo resultados favorables respecto a la dimensión de fiabilidad teniendo como resultado pretest 60% logrando con el ciclo de Deming un 85.86%, en el cual estableció el uso de DOP para que

así los vendedores realicen una correcta y adecuada atención al cliente. Sin embargo, en la presente investigación se obtuvo un resultado de 95% antes de la implementación y un 98% después de la mejora utilizando como ayuda las capacitaciones al personal e implementación de Speech para así brindar una mejor atención al cliente y reducir de manera considerable la cantidad de reclamos.

Asimismo, CORONADO (2021) en su investigación en donde implemento el Ciclo de Deming obtuvo un incremento de 56% respecto a la dimensión de fiabilidad, mediante capacitaciones al personal, confirmando una vez más que el Ciclo de Deming mejora la fiabilidad. Además, CASTAÑEDA Y SEMINARIO (2021) en su investigación donde aplicaron el ciclo de Deming tuvieron como resultado un incremento en la dimensión de fiabilidad de un 13%.

Es realmente sorprendente que cuando se realizan auditorías o revisiones, muchas de los colaboradores no comprenden la diferencia entre calidad del producto o calidad en el servicio, ya que su trato con el cliente es tan importante como la calidad de un producto. Aquí se pueden mencionar muchas otras causas por las cuales se generan los reclamos. Los sistemas de gestión de la calidad permiten que las organizaciones tengan un marco de referencia sobre dónde están los márgenes de error y plantear soluciones que pueden ser evaluadas después en un marco de mejora continua SANG (2017).

Dentro de las actividades de entrega de productos, las maneras de trato al cliente en tienda son clave y deben ser evaluados constantemente para poder tener una visión amplia de posibilidades de mejora, además de las observaciones de mejora en el liderazgo del personal que tienen a cargo. Todo ello debe evaluarse de manera integral.

PRADO Y ACOSTA (2017). En su artículo comenta que el sector Retail en Colombia es uno de los que posee mayor influencia no solo en Colombia sino en el mundo. Hace énfasis en que la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor es la clave del éxito para mantenerse vigente y competitivo. Asimismo, asegura que la calidad del servicio es una de las características con mayor relevancia para el éxito de las organizaciones, además indica que el servicio va asociado al comportamiento que se tiene con el cliente una vez que este visite la tienda, realice

una compra y por último recomiende la tienda como una de sus favoritas. Cuando de calidad se habla en el sector Retail, mayormente se aplica a la calidad de servicio, si bien es cierto una tienda bonita y acomodada llama la atención del cliente, no se compara con el tipo de atención que este puede otorgar, es por ello que el Ciclo de Deming, ayuda a este sector con el factor más importante para un punto de venta. Según AL-BAKOOSH, AHMAD E IDRIS (2020) Ante ello define la calidad de servicio como estrategia fundamental, cumpliendo las exigencias y necesidades del consumidor, lo relevante que es contar con un talento humano que cumpla con los requisitos del puesto y garantice una calidad de servicio que ofrece la compañía. Además del ciclo PHVA, se aplican otras herramientas de calidad, si bien es cierto en su mayoría se complementa con el diagrama de Ishikawa, sin embargo, también se desarrolla otras herramientas como es el caso del diagrama de Pareto, el diagrama de correlación y diagrama de flujo. Con estas herramientas según ASTUTIK [et al.] (2020) se identifican los problemas. Asimismo, para SOUSA [et al.] (2020) otra de las herramientas además del análisis causa efecto, también se utilizaría los 5 por qué, el asegura que las aplicaciones de estas herramientas ayudan al primer paso del Ciclo, que es la planificación de las estrategias a emplear para apaciguar y en el mejor de los casos eliminar el problema.

Queda demostrado que el ciclo de Deming puede ser aplicado en distintos sectores económicos, teniendo como resultado un incremento positivo lo cual beneficia a las organizaciones así nos afirman MONTESINOS, VÁSQUEZ, MAYA Y GRACIDA (2021) en su investigación donde se obtuvo una mejora en el rendimiento en el área de inventarios incrementando rendimiento continuamente cada año. Por otro lado, MARCYSIAK (2021) en su investigación en una compañía de mensajería en el cual implementaron el ciclo de Deming demostró que además de la calidad de servicio existen otros factores que influyen en el uso continuo del servicio de mensajería, tales como plazos de entrega, costo del servicio y seguridad. Además, SUARÉZ Y ZIPAQUIRA (2019) en su estudio evaluaron la calidad de servicio en el proceso de admisión donde se obtuvieron resultados favorables, sin embargo, afirman que aún pueden seguir mejorando de manera continua en la calidad de servicio al cliente. Por su lado, CONTRERAS, FRAILE Y SUÁREZ (2017) en su investigación sostienen que metodología PHVA posee una alta efectividad en la implementación para la gestión de calidad, brindando soluciones óptimas para cada proceso que se

requiera. Además, FLORES (2020) en su investigación en el hospital nacional arzobispo Loayza obtuvo como resultado de su implementación del ciclo PHVA el incremento de dos de las dimensiones de estudio empatía y capacidad de respuesta, así como la cantidad de reclamos en la plataforma de atención al cliente se vio reducida en un porcentaje bastante considerable gracias a la implementación y al seguimiento de cada área que presentaba inconvenientes.

VI. CONCLUSIONES

Según los resultados obtenidos, logramos llegar a las siguientes conclusiones.

Al aplicar la estadística a la primera hipótesis específica, se concluye que la metodología PHVA mejora la capacidad de respuesta en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, ya que a un inicio se contaba con un 53%, y luego de la implementación se logró un 69%. Este incremento nos permite confirmar el logro del objetivo específico uno, por el cual se determinó cómo la aplicación del ciclo de Deming mejora la capacidad de respuesta en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, en el Callao, 2022.

Al aplicar la estadística a la segunda hipótesis específica, se concluye que el ciclo de Deming mejoró la fiabilidad en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, puesto que a un inicio se contaba con un 96%, luego de la implementación se vio una mejora logrando así un 99%. Este incremento nos permite confirmar el logro del segundo objetivo específico, por el cual se determinó cómo la aplicación del ciclo de Deming mejora la fiabilidad en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, en el Callao, 2022.

Finalmente, concluimos que el ciclo de Deming favorece en la mejora de la calidad de servicio en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, viendo como resultados favorables la capacidad de respuesta y la fiabilidad, proyectándose a seguir mejorando de manera periódica. Este nos permite confirmar el logro del objetivo general, por el cual se determinó cómo la aplicación del ciclo de Deming mejora la calidad de servicio en el proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, en el Callao, 2022.

VII. RECOMENDACIONES

- En primera instancia se recomienda a la parte administrativa de la empresa realizar de manera frecuente capacitaciones al personal respecto a la calidad de servicio brindada hacia el cliente, puesto que no solo basta brindar un producto de calidad, sino un servicio de calidad.
- Se recomienda continuar aplicando las distintas técnicas de venta para generar mayor cantidad de clientes satisfechos con el servicio y así mismo lograr la fidelización de estos.
- Se sugiere capacitar a los asesores de venta para manejar una situación de reclamo, de tal manera que el cliente no genere una queja sino hacer que desista de esta

REFERENCIAS

A continuous improvement model to enhance academic quality in engineering programs por Zarate Garcia Asunción [et al.]. ASEE Annual Conference and Exposition, Conference Proceedings [online] vol. 20, n.o. 31, 22 junio 2020. [Fecha de consulta: 08 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85095746683&partnerID=40&md5=51d77e9c81db3aba62dd794cb2ad34c3> ISSN: 21535965.

AGGARWAL, Anil. Using Deming's Cycle for Improvement in a Course: A Case Study. International Journal of Web-Based Learning and Teaching Technologies (IJWLTT) [en línea] vol. 15, n.o. 3, 2020. [Fecha de consulta: 08 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.igi-global.com/gateway/article/256519> ISSN: 15481093

AL-BAKOOSH, Abdelaisalam, AHMAD, Zamani y IDRIS, Jamaliah. Implementation of the PDCA continuous improvement cycle (Plan-Do-Check-Act) as a tool for improving the quality of the cast AA5083 alloy produced in the foundry laboratory [en línea]. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering vol. 884, no. 1, 2020. [Fecha de consulta: 08 mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85092594744&origin=resultslist> ISSN: 17578981.

ALBURQUEQUE Vara, Harold. Aplicación del ciclo Deming para incrementar la productividad en la empresa Micsac, Chorrillos, 2021. Tesis (Título en Ingeniería Industrial). Lima: Universidad Cesar Vallejo, 2021. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/85965>

APPLYING the Plan-Do-Check-Act (PDCA) cycle to reduce the defects in the manufacturing industry. A case study por Arredono Soto Karina [et al.]. Applied Sciences (Switzerland) [en línea]. vol. 8, n.o. 11, 07 noviembre 2018. [Fecha de consulta: 08 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85056098762&origin=resultslist> ISSN: 20763417.

ARAUJO, Leilaine y LOOS, Mauricio. Proposal for the implementation of semiautomatic cells in the metallurgical industry by means of the PDCA

methodology/Proposta de implementação de células semiautônomas na indústria metalúrgica por meio da metodologia PDCA [en línea]. Revista Exacta vol. 17, no. 4, Oct.-Dec. 2019. [Fecha de consulta: 08 mayo de 2022]. Disponible en: <https://link.gale.com/apps/doc/A607283510/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=8d6786a9> ISSN: 16785428

ARAUJO, Leilaine y LOOS, Mauricio. Proposal for the implementation of semiautomatic cells in the metallurgical industry by means of the PDCA methodology/Proposta de implementação de células semiautônomas na indústria metalúrgica por meio da metodologia PDCA [en línea]. Revista Exacta vol. 17, no. 4, Oct.-Dec. 2019. [Fecha de consulta: 08 mayo de 2022]. Disponible en: <https://link.gale.com/apps/doc/A607283510/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=8d6786a9> ISSN: 1678-5428.

ARIAS, José y COVINOS, Mitsuo. Diseño y metodología de la investigación [en línea]. 1° ed. Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú: Arequipa, 2021. [Fecha de consulta: 15 de mayo de 2022]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/352157132_DISENO_Y_METODOLOGIA_DE_LA_INVESTIGACION ISBN: 9786124844423

ARIAS, José. Proyecto de tesis. Guía para la elaboración [en línea]. 1° ed. Depósito legal de la biblioteca nacional del Perú: Arequipa, 2020. [Fecha de consulta: 15 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.studocu.com/co/document/universidad-del-valle-colombia/compreension-y-produccion-de-textos-examen/arias-gonzales-proyecto-de-tesis-libro/13566353> ISBN: 9786120054161

ARREDONDO K, et al. A Plan-Do-Check-Act Based Process Improvement Intervention for Quality Improvement. [en línea]. 2021. [Fecha de consulta: 29 de abril de 2022]. Disponible en: <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2021.3112948> ISSN: 21693536.

ARSLAN, Alp et al. Operational strategies for on-demand personal shopper services. [en línea]. Septiembre 2021. [Fecha de consulta: 19 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://doi.org/10.1016/j.trc.2021.103320> ISSN: 0968090X.

Article practical application of plan-do-check-act cycle for quality improvement of sustainable packaging: A case study por Nguyen Vi [et al.]. Applied Sciences

(Switzerland) [en línea]. vol. 10, n.o. 18, 11 septiembre 2020. [Fecha de consulta: 08 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85091710217&origin=resultslist> ISSN: 20763417.

ASHILL, Nick y ABUELSAMEN, Amjad. Understanding organization-customer links in a service setting in Russia. [en línea]. Academy of management journal, Mayo 2022, n° 6. [Fecha de consulta: 27 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S096969892200042X> ISSN: 09696989.

ASTUTY, E y SINAGA, A. 5S towards sustainable competitive advantage in franchise retail business. [en línea]. Abril 2021. [Fecha de consulta: 19 de mayo de 2022]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1088/1755-1315/729/1/012125> ISSN: 17551307.

BAENA, Guillermina. Metodología de la investigación [en línea]. 3^{ra} ed. México: Grupo Editorial Patria, S.A. de CV, 2017. [Fecha de consulta: 13 de mayo de 2022]. Disponible en: https://books.google.com.pe/books?id=6aCEBgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=INVESTIGACION+DE+TIPO+APLICADA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwif_KON4e33AhWtVzABHTrzCroQ6AF6BAgLEAI#v=onepage&q&f=false ISBN: 9786077447481

BAPTISTA, Pilar, FERNANDEZ, Carlos y HERNANDEZ, Roberto. Metodología de la investigación [en línea]. 6^{ta} ed. México: McGRAW-HILL, INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE CV, 2014. [Fecha de consulta: 13 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf> ISBN: 9781456223960.

BAUER, Waldemar, BLECK, Jorn y DOMBOIS, Rainer. Desarrollo de proyectos de investigación [en línea]. Alemania: Servicio Alemán de Intercambio Académico, 2010. [Fecha de consulta: 13 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://portal.uni->

koeln.de/sites/international/aaa/92/92pdf/92pdf_PROGRANT_Desarrollo_de_proyectos_de_investigacion_SCREEN.pdf ISBN: 9789585053175

BERNAL, Cesar. Metodología de la investigación [en línea]. 3° ed. Person education: Colombia, 2010. [Fecha de consulta: 29 de abril de 2022]. Disponible en: <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf> ISBN: 9789586991285.

Calidad de servicio influye en 60% en decisión de compra de limeños [en línea]. Gestión.pe. 14 de setiembre de 2019. [Fecha de consulta: 12 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://gestion.pe/economia/empresas/calidad-de-servicio-influye-en-60-en-decision-de-compra-de-limenos-noticia/>

Capacidad de respuesta y capacidad de absorción. Estudio de empresas manufactureras en México por Demuner [et al.]. Scielo [en línea] Julio 2020, n.o. 53. [Fecha de consulta: 14 de mayo del 2022]. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S2395-86692018000300061&script=sci_arttext ISSN 2395-8669.

CASTAÑEDA ARROYO, Virginia, (2022). Ciclo Deming para mejorar la calidad de servicio en una universidad privada, 2022 [en línea]. Tesis doctoral. Lima: Universidad César Vallejo [consulta: Setiembre de 2022]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/94126>

CLEMENZA, Caterina; GOTERA, Ana y ARAUJO, Rubén. Calidad de los Servicios prestados por el Servicio Autónomo Municipal de Administración Tributaria. Revista Venezolana de Gerencia [en línea]. Marzo 2010, n.o. 49 Disponible en: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-99842010000100007&lng=es&nrm=iso ISSN 1315-9984.

CONTRERAS, Eduin; FRAILE, Ana; y SUAREZ, Augusto. Análisis de la calidad de los servicios académico-administrativos en una universidad colombiana. Redalyc [en línea]. Diciembre 2017 – junio 2019, vol. 16, núm. 1. [Fecha de consulta. 28 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/695/69563162003/html/>

CORONADO PEZUA, K, (2021). Aplicación del ciclo Deming para mejorar la calidad de servicio en el Centro Comercial Movicentro [en línea]. Tesis doctoral. Lima: Universidad César Vallejo [consulta: Setiembre de 2022]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/89437>

CUBAS, Jonathan y DEL CARPIO, Rafael (2019). Aplicación de la Metodología PHVA en los procedimientos de los servicios de limpieza de las unidades portátiles sanitarias para satisfacer a los clientes de una empresa ubicada en lima metropolitana. Tesis (Título en Ingeniería Industrial). Lima: Universidad Ricardo Palma, 2019. Disponible en: <https://repositorio.urp.edu.pe/handle/URP/3322>

DAULTANI, Yash y GOYAL, K. An empirical investigation of the relationship between store attributes and customer satisfaction: A retail operations perspective. [en línea]. 2021. [Fecha de consulta: 19 de mayo de 2022]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/361813790_An_Empirical_Investigation_of_the_Relationship_between_Retail_Store_Attributes_and_Customer_Satisfaction ISSN:19793561.

Diccionario de la lengua española [en línea]. RAE, 23.^a ed. [Fecha de consulta: 14 de mayo de 2022]. Disponible en. <https://dle.rae.es/fiabilidad>

El modelo Deming (PHVA) como estrategia competitiva para realzar el

GHAZALI, M y MAHMUD.A Review of Contributing Factors and Challenges in Implementing Kaizen in Small and Medium Enterprises. [en línea]. Marzo 2017. [Fecha de consulta:28 de abril de 2022]. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)00065-4](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)00065-4)

GONZALEZ, Aleu et al. Increasing service quality at a university: a continuous improvement project. [en línea]. Septiembre 2021. [Fecha de consulta: 29 de abril de 2022]. Disponible en: <https://doi.org/10.1108/QAE-02-2021-0020> ISSN: 09684883.

GUERRERO, Germán. La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL). [en línea]. Julio 2014.n°52. [Fecha de consulta:27 de abril de 2022]. Disponible en: en:

<https://www.researchgate.net/publication/273524067> La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué un análisis desde la escala multidimensional SERVQUAL ISSN:01204645.

HERNANDEZ DE VELAZCO, Judith; CHUMACEIRO, Ana Cecilia y ATENCIO CÁRDENAS, Edith. Calidad de servicio y recurso humano: caso estudio tienda por departamentos. [en línea]. 2019, vol.14, n.47.[Fecha de consulta: 13 de mayo de 2022] Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29014477009> ISSN 1315-9984.

ISUIZA Flores, Jhoseph. Mejora de la calidad de atención al cliente en las tiendas propias franquiciadas de Entel mediante la aplicación del método PDCA en la empresa NETCALL Perú S.A.C. Santa Anita, 2017 Tesis (Título en Ingeniería Industrial). Lima: Universidad Cesar Vallejo, 2017. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/1634>

KRASIUK, Irina et al. Evolution of strategies of retail and technological systems under broad digitalization conditions [en línea]. Abril 2019.n°497. [Fecha de consulta:25 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.researchgate.net/publication/332165474> Evolution of strategies of retail and technological systems under broad digitalization conditions ISSN:17578981.

LÓPEZ, M. 2022. Los supermercados mantienen la línea en la satisfacción del cliente. América Retail [en línea]. [Fecha de consulta: 12 mayo 2022]. Disponible en: <https://www.america-retail.com/usa/los-supermercados-mantienen-la-linea-en-la-satisfaccion-del-cliente-segun-el-indice-de-satisfaccion-del-cliente-estadounidense-acsi/>.

MARCYSIAK, Adam. Customer service quality management on the courier services market. Entrepreneurship and Sustainability Issues [en línea], septiembre 2021, N° 1 Tomo 9. [Fecha de consulta. 28 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.proquest.com/docview/2579937419/285BCCB2A53B4DC8PQ/1> ISSN: 2345-0282

MATEOS, Miguel. Atención al cliente y calidad en el servicio, COMM02PO [en línea]. 1° ed. IC Editorial: Málaga, 2019. [Fecha de consulta: 13 de mayo de 2022].

Disponible en:
<https://books.google.com.pe/books?id=0VcpEAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=atenci%C3%B3n+al+cliente+libros&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjRopLWt5z3AhUpomoFHUW0Bg0Q6AF6BAgLEAI#v=onepage&q=atenci%C3%B3n%20al%20cliente%20libros&f=false> ISBN: 9788491987246.

MELASQUEZ Pumayauli, Freddy. Aplicación del ciclo de Deming PHVA para mejorar la Productividad en el área de validaciones de la empresa UNIQUE S.A., Lurín, 2019. Tesis (Título en Ingeniería Industrial). Lima: Universidad Cesar Vallejo, 2019. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/46012>

Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis [en línea] por Ñaupas Paitán [et al.]. 4° ed. Ediciones de U: Bogotá. [Fecha de consulta: 29 de abril de 2022]. Disponible en: <https://fdiazca.files.wordpress.com/2020/06/046.-mastertesis-metodologicc81a-de-la-investigaciocc81n-cuantitativa-cualitativa-y-redacciocc81n-de-la-tesis-4ed-humberto-ncc83aupas-paitacc81n-2014.pdf> ISBN: 9789587621884

MONTESINOS, Salvador et al. Mejora Continua en una empresa en México: estudio desde el ciclo Deming. [en línea].2021. [Fecha de consulta:29 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29065286036> ISSN:1315-9984.

MONTOYA, Carlos y FLORES José. Contingency plan in the supply chain of companies in the retail industry in the face of the impacts of COVID-19. [en línea]. 2021. [Fecha de consulta: 19 de mayo de 2022]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.25046/aj060191> ISSN:241566698.

National Retail Federation, Marcotte David. 23 de marzo de 2022. Disponible en: <https://nrf.com/blog/look-2022-top-50-global-retailers>

ODINTSOVA, T et al. Formation of logistics services quality management model. [en línea]. Febrero 2019.n°20. [Fecha de consulta: 13 de mayo de 2022]. Disponible en:
https://www.researchgate.net/publication/330882829_Formation_of_logistics_services_quality_management_model ISSN:15822559.

OLSSON, Annika y PAREDES, Karla. Organizational climate for innovation and creativity—a study in Swedish retail organizations. [en línea]. Mayo 2019. [Fecha de consulta:29 de abril de 2022]. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/09593969.2019.1598470> ISSN:09593969.

PACHAR, Nomita, Anshn Gupta y P.C Jha. BI- Level programming dea approach for efficiency evaluation: A case study of indian electronics retail stores. [en línea]. Diciembre 2020. [Fecha de consulta:27 de abril de 2022]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/343306599_Bilevel_programming_DEA_approach_for_efficiency_evaluation_A_case_study_of_Indian_electronics_retail_stores ISSN:03540243

potencial administrativo. Tesis (Título en Administración de empresas). Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada, 2019. Disponible en: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/34875/CastilloPineda%20LadyEsmeralda2019.pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

PRADO, R y ACOSTA, J. Quality of service in retail shops. An empirical study in Colombia. [en línea]. Espacios 2017, N°34. [Fecha de consulta:28 de abril de 2022]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/318708625_Quality_of_service_in_retail_shops_An_empirical_study_in_Colombia ISSN:07981015.

QUALITY Improvement Using PDCA Methodology in the Beverage Industry por Raodah Astutik [et al.]. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering [en línea]. vol. 885, n.o. 1, 05 agosto 2020. [Fecha de consulta: 08 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85090839890&origin=resultlist> ISSN: 1757898.

RISMAWATI et al. Repurchase intention behavior in b2c e-commerce [en línea]. Marzo 2022.n°6 [Fecha de consulta:27 de abril de 2022]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/357492262_Repurchase_intention_behavior_in_B2C_E-commerce ISSN:25618148.

ROMERO BEJARANO, J, (2021). Implementación del ciclo de mejora continua para incrementar la satisfacción de los clientes de una empresa ferretera [en línea]. Tesis

doctoral. Lima: Universidad César Vallejo [consulta: Setiembre de 2022]. Disponible en: <https://hdl.handle.net/20.500.12692/91409>

SALAS, Ricardo. Uso del ciclo de Deming para asegurar la calidad en el proceso educativo sobre las Matemáticas. [en línea]. Agosto 2018. [Fecha de consulta: 28 de abril de 2022]. Disponible en: <https://www.redalyc.org/journal/5826/582661256001/html/> ISSN: 2528-7737

SAM, Mohd, SUPRAPTO, Budi y BAKAR, Kamarudin. Application of Lean Manufacturing Tools: The Impact on Kaizen and Product Defection in Packaging Companies [en línea]. Lecture Notes in Mechanical Engineering. vol. 25, n.o. 1, 08 noviembre 2021. [Fecha de consulta: 08 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85124649727&origin=resultlist> ISSN: 21954356.

SARICAM, Canan. Analyzing Service Quality and Its Relation to Customer Satisfaction and Loyalty in Sportswear Retail Market. [en línea]. Junio 2022. [Fecha de consulta: 19 de mayo de 2022]. ISSN: 14709589

SHAH, Satya et al. Lean Production Practices to Enhance Organisational Performance. [en línea]. Octubre 2017. [Fecha de consulta: 19 de mayo de 2022]. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.1051/mateconf/201712502003> ISSN: 2261236x.

SONCCO, Guillermo y VERGARA, Ronald. Aplicación del ciclo Deming para incrementar la productividad en la empresa San Martín, Cajamarca, 2021. Tesis (Título en Ingeniería Industrial). Lima: Universidad César Vallejo, 2021. Disponible en: <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/63544>

SUARÉZ, Augusto y ZIPAQUIRA, Ángel. Evaluación de la calidad del servicio en el proceso de admisiones y matriculas en la universidad de Boyacá. Tesis (Título de administrador). Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia – Colombia. [Fecha de consulta: 29 de abril de 2022] Disponible en: <https://repositorio.uptc.edu.co/handle/001/7138>

TENA, Sandra y FANDOS, Juan. Shopping motivation in consumer loyalty formation process: the case of Spanish retail. [en línea]. International Journal of Retail & Distribution Management 2022, N°1. [Fecha de consulta: 10 de mayo de 2022].

Disponible en: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/shopping-motivation-consumer-loyalty-formation/docview/2614205999/se-2> ISSN:09590552.

The importance of the PDCA tool in an industrial port process: a case study in a ship loader/A importancia da ferramenta PDCA no processo industrial portuario: estudo de caso em um carregador de navios por Oliveira Sousa Saymon [et al.]. Revista Exacta [en línea]. vol. 15, n.o. 1, enero - marzo 2017. [Fecha de consulta: 08 de mayo de 2022]. Disponible en: <https://link.gale.com/apps/doc/A596317308/IFME?u=univcv&sid=bookmark-IFME&xid=344170f5> ISSN: 16785428.

TORRES, C y GUZMAN Eduardo. Model of evaluation of quality of service applied to clothing retail. [en línea]. Espacios 2017, N°23. [Fecha de consulta: 28 de abril de 2022]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/317236395_Model_of_evaluation_of_quality_of_service_applied_to_clothing_retail ISSN:07981015.

TREVIÑO, Rodolfo y TRIVIÑO, Eloísa. Analysis between store image and customer satisfaction in transnational retail stores in the self-service sector. Revista mexicana de administración [en línea]. Octubre 2021. [Fecha de consulta: 27 de abril de 2022]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/357172453_Analysis_between_store_image_and_customer_satisfaction_in_transnational_retail_stores_in_the_self-service_sector ISSN:01235923

TURNER, Tom et al. A Contingency Theory Approach to Understanding Small Retail Business Continuity During COVID-19. [en línea]. Marzo 2022. n°11 [Fecha de consulta: 25 de abril de 2022]. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/358599762_A_Contingency_Theory_Approach_to_Understanding_Small_Retail_Business_Continuity_During_COVID-19 ISSN:1077727X.

VÁZQUEZ, Carlos; GRACIDA, Enrique; MONTESINOS, Salvador; MAYA, Ivonne. Mejora Continua en una empresa en México: estudio desde el ciclo Deming. Revista Venezolana de Gerencia [en línea]. 2020, 25(92), 1863-1883 [fecha de Consulta 30

de abril de 2022]. ISSN: 1315-9984. Disponible en:
<https://www.redalyc.org/journal/290/29065286036/>

ZADRY y DARWIN. The Success of 5S and PDCA Implementation in Increasing the Productivity of an SME in West Sumatra [en línea]. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering. vol. 1003, n.o. 1, 28 diciembre 2020. [Fecha de consulta: 08 de mayo de 2022]. Disponible en:
<https://www.scopus.com/record/display.uri?eid=2-s2.0-85098861932&origin=resultlist> ISSN: 17578981.

Zhang, Fang, Ramsey y McCole. Repurchase intention in B2C e-commerce-A relationship quality perspective. [en línea]. International Journal of Data and Network Science, n.o 6. [Fecha de consulta: 27 de abril del 2022]. Disponible en:
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0378720611000383>
ISSN:25618148

ANEXOS

Anexo 1. Diagrama Ishikawa



Fuente: Elaboración propia

Anexo 2. Matriz de causas

CAUSAS	DEFINICIÓN
C1	Asesores no capacitados
C2	Falta de compromiso en el personal
C3	Fallas en el internet
C4	Caída constante del sistema
C5	Servicio de atención muy lento e ineficiente
C6	Disposición por realizar sus funciones
C7	No se realizan encuestas a los clientes
C8	No se le brinda seguimiento post venta
C9	Falta de amabilidad de trabajadores
C10	No hay atención personalizada
C11	Desorden en los productos de almacén
C12	Falta de espacio para una mejor distribución

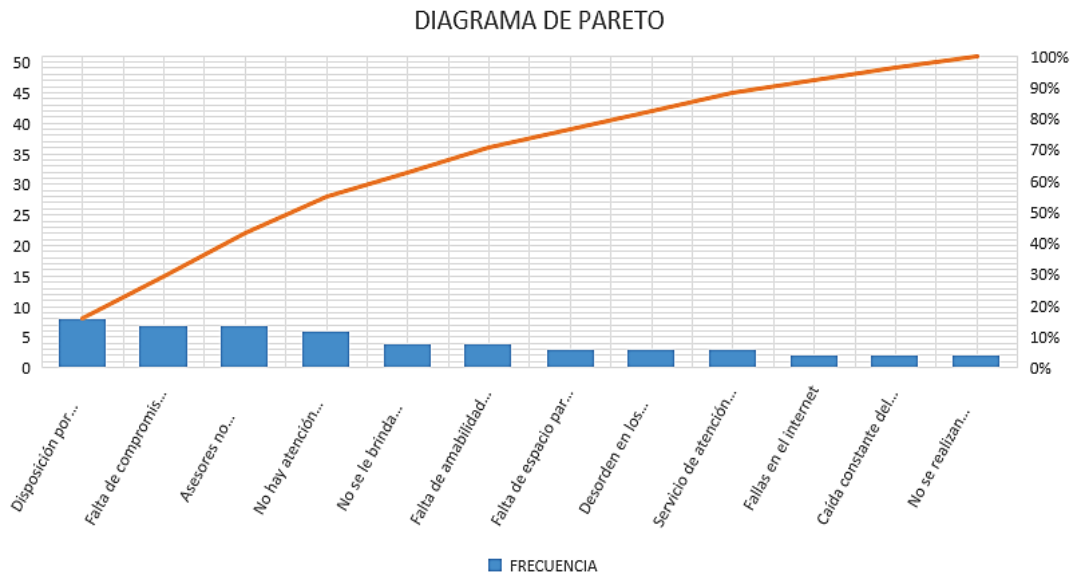
Fuente: Elaboración propia

Anexo 3. Matriz de correlación.

Factor	C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	Puntaje	Ponderado
C1	■	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	7	14%
C2	1	■	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	7	14%
C3	0	0	■	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2	4%
C4	0	0	1	■	1	0	0	0	0	0	0	0	2	4%
C5	1	1	0	0	■	1	0	0	0	0	0	0	3	6%
C6	1	1	0	0	1	■	0	1	1	1	1	1	8	15%
C7	0	0	0	0	0	0	■	1	0	1	0	0	2	4%
C8	1	0	0	0	1	0	1	■	0	1	0	0	4	8%
C9	1	0	0	0	1	1	0	0	■	1	0	0	4	8%
C10	1	1	0	0	1	0	1	1	1	■	0	0	6	11%
C11	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	■	1	3	6%
C12	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	■	3	6%
TOTAL													51	100%

Fuente: Elaboración propia

Anexo 4. Diagrama de Pareto



Fuente: Elaboración propia

Anexo 5. Matriz de estratificación por áreas

Nº	CAUSAS	PUNTAJE	ÁREA
C1	Asesores no capacitados	7	RR. HH
C2	Falta de compromiso en el personal	7	Operaciones
C3	Fallas en el internet	2	Operaciones
C4	Caída constante del sistema	2	Operaciones
C5	Servicio de atención muy lento e ineficiente	3	Operaciones
C6	Disposición por realizar sus funciones	8	Operaciones
C7	No se realizan encuestas a los clientes	2	Administración
C8	No se le brinda seguimiento post venta	4	Administración
C9	Falta de amabilidad de trabajadores	4	Operaciones
C10	No hay atención personalizada	6	Operaciones
C11	Desorden en los productos de almacén	3	Operaciones
C12	Falta de espacio para una mejor distribución	3	Administración

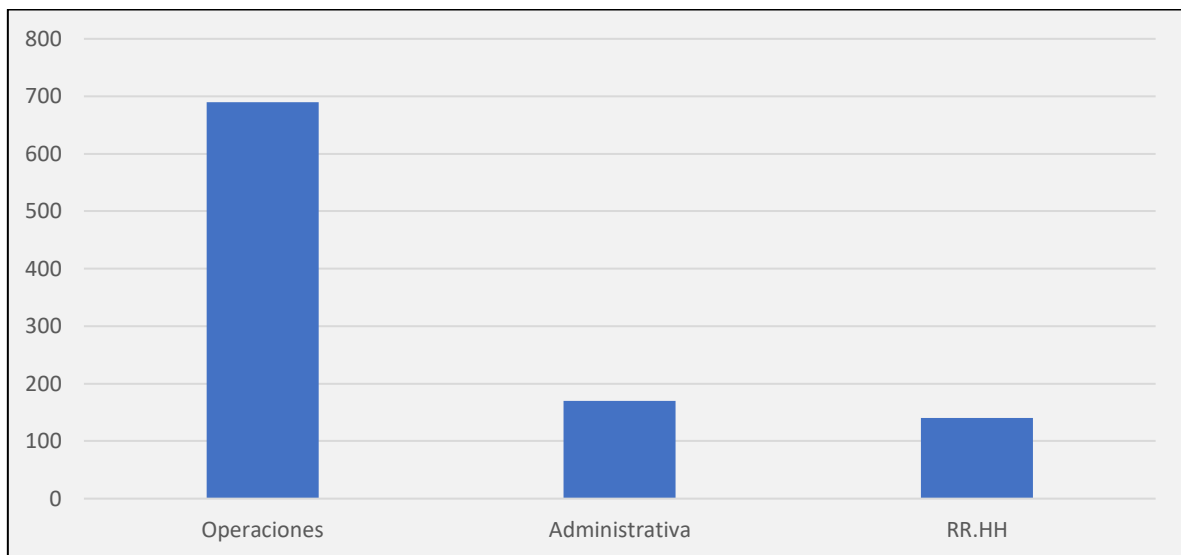
Fuente: Elaboración propia

Anexo 6. *Porcentaje de puntaje de causas por área.*

Área	Puntaje	Porcentaje
Operaciones	35	69%
Administración	9	17%
RR. HH	7	14%
TOTAL	51	100%

Fuente: Elaboración propia

Anexo 7. *Diagrama de estratificación*



Fuente: Elaboración propia

Anexo 8. *Matriz de alternativas de solución.*

Criterios	Alternativa
	Ciclo de Deming
1.Costo de la implementación	4
2.Tiempo de capacitación y entrenamiento	2
3.Tiempo de implementar la mejora	3
4.Resultados de la implementación	3
5.Retorno de la inversión realizada.	4
Total	288

Anexo 9. *Matriz de priorización de problemas a resolver.*

Consolidado De problemas por área	Medición	Personal	Sistema	Empatía	Capacidad de respuesta	Medio ambiente	NIVEL DE CRITICIDAD	Total (problemas)	Tasa porcentual de problemas	Impacto	Calificación	Prioridad	Medidas a tomar
Operaciones	0	7	4	10	11	3	Alto	35	68%	8	280	1	Ciclo Deming
Administrativa	6	0	0	0	0	3	Medio	9	18%	4	36	2	Ciclo Deming
RR. HH	0	7	0	0	0	0	Medio	7	14%	3	21	3	Ciclo Deming
Total (problemas)	0	14	4	10	11	6		51	1		0		

Fuente: Elaboración propia

Anexo 10. Matriz de operacionalización.

Variables de estudio	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Escala de medición
V.I: Ciclo Deming	El ciclo Deming contribuye de manera ordenada y organizada en la ejecución de procesos alcanzando altos índices de calidad y servicio, contribuyendo en alcanzar los objetivos ya propuestos por la organización. (ZAPATA, 2016, p.6).	El Ciclo Deming se encuentra en búsqueda de complementar mejorar en los procesos de la organización, planificar, ejecutar, verificar y según los resultados obtenidos que realiza nuevamente el ciclo. Instrumento: Ficha de observación.	Planear	$IEVO = \frac{Cv}{Ce}$ IEVO: Indicador de eficiencia por cada venta obtenida Cv: Cantidad de Ventas alcanzadas Ce: Cantidad de Ventas esperadas	Razón
			Hacer		
			Verificar		
			Actuar		
V.D. Calidad de Servicio	La calidad de servicio es el hábito desarrollado por las empresas para interpretar tanto las expectativas como necesidades de los clientes, obteniendo como respuesta un servicio adecuado, oportuno ágil seguro y confiable. De tal forma que los clientes tengan distintos sentimientos como: comprensión, exclusividad, atendido y servido, aun estando en situaciones imprevistas y cometiendo errores (MATEOS, 2019, p. 16).	La calidad de servicio es un conjunto de indicadores, sin embargo, en este caso de analizará la capacidad de respuesta y la fiabilidad. Instrumento: Ficha de observación.	Capacidad de respuesta	$\text{Capacidad de respuesta} = \frac{Ca}{Ci}$ Ca: Número de Clientes Atendidos Ci: Cantidad de Clientes que ingresaron a tienda	Razón
			Fiabilidad	$\text{Fiabilidad} = 1 - \frac{Cr}{Cc}$ Cr: Número de Clientes que realizaron un reclamo Cc: Cantidad de Clientes compradores	Razón

Fuente: Elaboración propia

Anexo 11. *Método de implementación.*

FASES DEL CICLO	PASOS	NOMBRE DEL PASO	HERRAMIENTAS
PLANEAR	1	Definir y analizar la magnitud del problema	Diagrama de Pareto
	2	Buscar las posibles causas	Observar el problema, lluvia de ideas, Diagrama Ishikawa
	3	Investigar cual es la causa más importante	Diagrama de estratificación, Matriz de priorización de problemas a resolver
	4	Considerar las medidas remedio	Matriz de plan de acción
HACER	5	Poner en práctica las medidas remedio	Pre - test
VERIFICAR	6	Revisar los resultados obtenidos	Indicadores
ACTUAR	7	Prevenir la recurrencia del problema	Post - Test
	8	Conclusión	Revisar y documentar el procedimiento

Fuente: Elaboración propia

Anexo 12. Plan de acción

MATRIZ DE PLAN DE ACCIÓN							
N°	CAUSAS	¿Qué hacer? (Remedio)	¿Por qué? (Necesidad)	¿Qué? (Objetivos)	¿Dónde? (Lugar)	¿Cuánto? (Tiempo y costo)	¿Cómo? (Plan)
1	Disposición por realizar sus funciones	Capacitar al personal	Evitar una mala experiencia de compra	Mejorar la calidad de atención al cliente	Operaciones	15 julio - 15 agosto 2022	Plataforma Zoom
2	Falta de compromiso en el personal			Ser más eficiente	Operaciones	15 julio - 15 agosto 2022	Plataforma Zoom
3	Asesores no capacitados			Ser más productivos	RR. HH	15 julio - 15 agosto 2022	Plataforma Zoom
4	No hay atención personalizada	Speech		Mejorar la calidad de atención al cliente	Operaciones	15 julio - 15 agosto 2022	Plataforma Zoom
5	No se le brinda seguimiento post venta	Encuestas			Operaciones	15 julio - 15 agosto 2022	E-mail
6	Falta de amabilidad de trabajadores	Capacitar al personal			Operaciones	15 julio - 15 agosto 2022	Plataforma Zoom

Fuente; Elaboración propia

Anexo 13. Cronograma de implementación

Aplicación del ciclo Deming para la mejora de la calidad de servicio del proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, Callao, 2022.								
N°	Descripción de actividades	Julio						
		S1	S2	S3	S4			
1	Definir los principales problemas							
2	Identificar las causas del problema							
3	Anunciar la implementación al equipo							
4	Capacitar al personal sobre el ciclo de Deming							
5	Sensibilizar sobre las ventajas del PHVA							
Aplicación del Ciclo de Deming								
Etapa 1	Planear	AB	MY	JN	JL	AG	ST	OC
	Analizar la magnitud del problema							
	Ubicar las posibles causas del problema							
	Investigar y determinar la causa principal del problema							
	Plantear soluciones							
Etapa 2	Hacer							
	Implementar las medidas correctivas							
Etapa 3	Verificar							
	Contrastar los resultados							
Etapa 4	Actuar							
	Evitar que se produzca otra vez el problema.							

Fuente: Elaboración propia

Anexo 14. Levantamiento de datos antes de la aplicación (pretest)

FICHA DE OBSERVACION - PRE TEST									
Elaborado	Huanqui Quispe Any Taboada Raymundo Heloisa				Período	Ago-21			
Fecha	CICLO DEMING				CALIDAD DE SERVICIO				
	Cantidad de ventas alcanzadas (Cv)	Cantidad de ventas esperadas (Ce)	Eficiencia	Número de clientes atendidos(Ca)	Cantidad de clientes que ingresan a tienda (Ci)	Capacidad de respuesta (Cr)	Número de clientes compradores (Cc)	Cantidad de clientes que realizaron un reclamo (Cl)	Fiabilidad(F)
16/08/2021	16	14	112%	28	57	0.49	16	2	0.88
17/08/2021	10	10	98%	33	41	0.80	10	0	1.00
18/08/2021	7	8	88%	27	32	0.84	7	0	1.00
19/08/2021	8	8	97%	28	33	0.85	8	0	1.00
20/08/2021	10	11	89%	29	45	0.64	10	0	1.00
21/08/2021	21	18	120%	31	70	0.44	21	3	0.86
22/08/2021	14	14	104%	29	54	0.54	14	2	0.86
23/08/2021	11	14	80%	31	55	0.56	11	0	1.00
24/08/2021	10	20	49%	39	81	0.48	10	0	1.00
25/08/2021	9	13	69%	34	52	0.65	9	0	1.00
26/08/2021	7	14	52%	34	54	0.63	7	0	1.00
27/08/2021	13	19	70%	39	74	0.53	13	1	0.92
28/08/2021	22	31	72%	36	122	0.30	22	3	0.86
29/08/2021	11	23	48%	36	91	0.40	11	1	0.91
30/08/2021	8	24	33%	32	97	0.33	8	0	1.00
31/08/2021	7	14	51%	30	55	0.55	7	0	1.00

FICHA DE OBSERVACION - PRE TEST									
Elaborado	Huanqui Quispe Any Taboada Raymundo Heloisa				Período	Set-21			
Fecha	CICLO DEMING				CALIDAD DE SERVICIO				
	Cantidad de ventas alcanzadas (Cv)	Cantidad de ventas esperadas (Ce)	Eficiencia	Número de clientes atendidos(Ca)	Cantidad de clientes que ingresan a tienda (Ci)	Capacidad de respuesta (Cr)	Número de clientes compradores (Cc)	Cantidad de clientes que realizaron un reclamo (Cl)	Fiabilidad(F)
1/09/2021	12	15	79%	28	61	0.46	12	0	1.00
2/09/2021	12	13	96%	32	50	0.64	12	0	1.00
3/09/2021	11	18	60%	52	73	0.71	11	0	1.00
4/09/2021	19	21	89%	32	85	0.38	19	2	0.89
5/09/2021	25	22	115%	48	87	0.55	25	2	0.92
6/09/2021	8	8	100%	12	32	0.38	8	0	1.00
7/09/2021	16	16	103%	23	62	0.37	16	1	0.94
8/09/2021	6	7	83%	15	29	0.52	6	0	1.00
9/09/2021	8	10	78%	20	41	0.49	8	0	1.00
10/09/2021	10	11	95%	23	42	0.55	10	0	1.00
11/09/2021	28	27	104%	58	108	0.54	28	3	0.89
12/09/2021	19	20	96%	41	79	0.52	19	1	0.95
13/09/2021	4	9	44%	15	36	0.42	4	0	1.00
14/09/2021	12	14	87%	26	55	0.47	12	0	1.00
15/09/2021	17	16	108%	32	63	0.51	17	0	1.00
16/09/2021	16	15	110%	31	58	0.53	16	2	0.88
17/09/2021	14	13	112%	33	50	0.66	14	0	1.00
18/09/2021	32	29	111%	62	115	0.54	32	3	0.91
19/09/2021	14	22	63%	53	89	0.60	14	1	0.93
20/09/2021	8	13	63%	22	51	0.43	8	0	1.00
21/09/2021	8	13	63%	29	51	0.57	8	0	1.00
22/09/2021	7	15	47%	34	59	0.58	7	0	1.00
23/09/2021	13	12	113%	32	46	0.70	13	2	0.85
24/09/2021	12	11	109%	21	44	0.48	12	0	1.00
25/09/2021	23	27	85%	58	108	0.54	23	3	0.87
26/09/2021	24	25	98%	44	98	0.45	24	2	0.92
27/09/2021	9	10	95%	25	38	0.66	9	0	1.00
28/09/2021	9	12	75%	22	48	0.46	9	0	1.00
29/09/2021	11	13	86%	23	51	0.45	11	0	1.00
30/09/2021	10	14	70%	36	57	0.63	10	1	0.90

FICHA DE OBSERVACION - PRE TEST									
Elaborado	Huanqui Quispe Any Taboada Raymundo Heloisa						Período	Oct-21	
	Fecha	CICLO DEMING			CALIDAD DE SERVICIO				
Cantidad de ventas alcanzadas (Cv)		Cantidad de ventas esperadas (Ce)	Eficiencia	Número de clientes atendidos(Ca)	Cantidad de clientes que ingresan a tienda (Ci)	Capacidad de respuesta (Cr)	Número de clientes compradores (Cc)	Cantidad de clientes que realizaron un reclamo (Ci)	Fiabilidad(F)
1/10/2021	7	13	55%	28	51	0.55	7	0	1.00
2/10/2021	23	22	105%	49	88	0.56	23	3	0.87
3/10/2021	28	22	130%	41	86	0.48	28	3	0.89
4/10/2021	11	16	70%	32	63	0.51	11	0	1.00
5/10/2021	12	16	76%	36	63	0.57	12	0	1.00
6/10/2021	6	9	67%	18	36	0.50	6	0	1.00
7/10/2021	13	13	104%	21	50	0.42	13	1	0.92
8/10/2021	13	24	55%	49	95	0.52	13	2	0.85
9/10/2021	16	17	96%	31	67	0.46	16	0	1.00
10/10/2021	13	14	93%	24	56	0.43	13	1	0.92
11/10/2021	7	10	68%	25	41	0.61	7	0	1.00
12/10/2021	4	11	37%	20	43	0.47	4	0	1.00
13/10/2021	8	15	53%	32	60	0.53	8	0	1.00
14/10/2021	9	15	61%	26	59	0.44	9	0	1.00
15/10/2021	23	20	114%	45	81	0.56	23	2	0.91

Anexo 15. *Cronograma de capacitaciones.*

N°	Tema	Fecha	Material	Medio
1	Introducción al ciclo Deming	18/07/22	Diapositivas	Sala de Zoom
2	Funciones de un asesor de tienda	25/07/22	Diapositivas	Sala de Zoom
3	Speech	01/08/22	Diapositivas – videos	Sala de Zoom
4	Role play	08/08/22	Diapositivas - video	Sala de Zoom

Fuente: Elaboración propia

Anexo 16. Material de capacitación – Introducción al ciclo Deming.

CONTENIDO	Presentación	1
	Situación actual de la empresa	2
	Reporte de incidencias	3
	Implementación del Ciclo de Deming	4

PONENTES

PRESENTACION

Huanqui Quispe ,Any Roxana
-Estudiante del X ciclo de Ingeniería industrial
-Asistente de Operaciones

Taboada Raymundo,Heloisa
-Estudiante del X ciclo de Ingeniería industrial.
-Coordinadora de Tienda



SITUACIÓN ACTUAL DE LA EMPRESA

- 1 RECLAMOS**
Mediante un reporte de manera mensual tenemos el detalle de los reclamos emitidos por el cliente, por el producto o servicio.

- 2 CALIDAD DE SERVICIO**
A través del reporte de reclamos , los mas frecuentes son los reclamos por servicio .

- 3 CAPACITACIÓN**
Debido a los reclamos emitidos por los clientes, la empresa esta en la obligación de capacitar al personal para confrontar todo tipo de reclamo.


REPORTE DE INCIDENCIAS - RECLAMOS



IMPLEMENTACIÓN DEL CICLO DE DEMING

El ciclo de Deming es un sistema que busca la optimización constante de las actividades empresariales a través de cuatro etapas. Una vez que se llega a la última etapa, la empresa debe volver a comenzar, promoviendo así una autoevaluación continua que le permita identificar oportunidades de mejora en cada proceso.



Anexo 17. *Material de capacitación – Funciones de un asesor de tienda.*



Anexo 18. *Material de capacitación – Speech*



SPEECH



Como técnica de venta

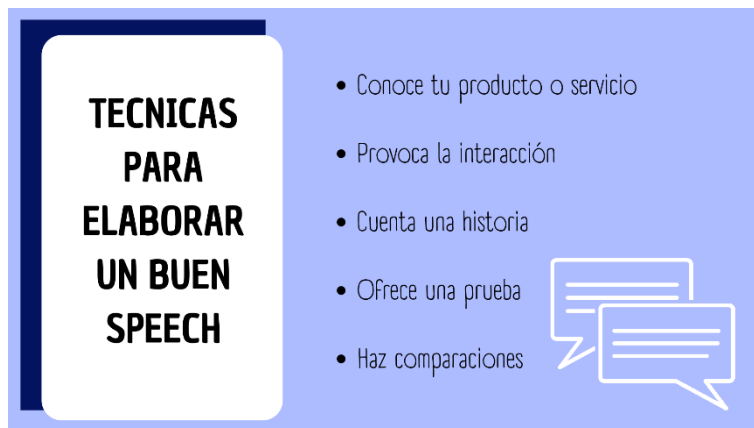
- HUANQUI QUISPE ANY ROXANA
- TABOADA RAYMUNDO HELOISA



¿SPEECH?
¿QUE ES?


SPEECH = DISCURSO

En las ventas, no es más que la dinámica conversacional para dirigirse a los clientes.



TECNICAS PARA ELABORAR UN BUEN SPEECH

- Conoce tu producto o servicio
- Provoca la interacción
- Cuenta una historia
- Ofrece una prueba
- Haz comparaciones



ERRORES RECURRENTE AL REALIZAR UN SPEECH

- Precipitarte en la oferta
- Interrumpir al otro
- Hacer las preguntas equivocadas
- No ser honesto



Crea tu
SPEECH !

**GRACIAS POR SU
ATENCIÓN**



Anexo 19. *Material de capacitación – Role play*



ROLE PLAYING

JUEGO DE ROLES

HUANQUI QUISPE ANY ROXANA
TABOADA RAYMUNDO HELOISA



ROLE PLAYING

Juego de roles

Es una técnica, en la cual, los participantes se convierten en actores que se ponen en la piel de otras personas e interpretan un papel de una situación imaginaria previamente planteada

ROLE PLAYING

Juego de roles

Atención al Cliente

El role playing en atención al cliente es fundamental para aprender a manejar las diferentes situaciones que se pueden presentar en el día a día. Es, sin duda, una forma de potenciar este área.



ROLE PLAYING

Juego de roles

Ejecución

ACTOR 1

ACTOR 2

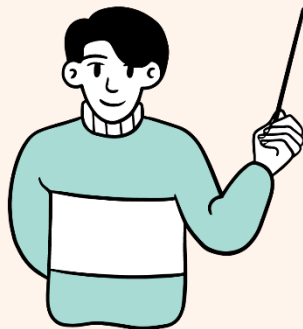


Cliente



Vendedor

Para ello, dos empleados pueden tomar los roles de cliente y vendedor y así poder analizar los posibles escenarios. Al ponerse en la piel del cliente serán capaces de conocer mejor sus inquietudes y necesidades.



¡EMPECEMOS!
**ROLE
PLAYING**

Gracias

**POR SU ATENCION Y
PARTICIPACION**



Anexo 20. Levantamiento de datos después de la aplicación (post test)

FICHA DE OBSERVACION - Post TEST									
Elaborado	Huanqui Quispe Any					Período	Ago-22		
	Taboada Raymundo Heloisa								
Fecha	CICLO DEMING				CALIDAD DE SERVICIO				
	Cantidad de ventas alcanzadas (Cv)	Cantidad de ventas esperadas (Ce)	Eficiencia	Número de clientes atendidos(Ca)	Cantidad de clientes que ingresan a tienda (Ci)	Capacidad de respuesta (Cr)	Número de clientes compradores (Cc)	Cantidad de clientes que realizaron un reclamo (Ci)	Fiabilidad(F)
16/08/2022	8	20	41%	69	79	87%	8	0	100%
17/08/2022	17	14	126%	49	54	91%	17	0	100%
18/08/2022	13	18	74%	51	70	73%	13	0	100%
19/08/2022	12	23	53%	68	91	75%	12	0	100%
20/08/2022	30	41	74%	89	163	55%	30	1	97%
21/08/2022	24	38	64%	88	151	58%	24	1	96%
22/08/2022	8	12	68%	39	47	83%	8	0	100%
23/08/2022	18	19	97%	59	74	80%	18	0	100%
24/08/2022	9	12	78%	42	46	91%	9	0	100%
25/08/2022	6	18	34%	48	70	69%	6	0	100%
26/08/2022	11	17	65%	59	68	87%	11	0	100%
27/08/2022	36	43	83%	98	173	57%	36	1	97%
28/08/2022	24	33	73%	94	132	71%	24	0	100%
29/08/2022	12	29	41%	83	116	72%	12	0	100%
30/08/2022	30	40	75%	98	159	62%	30	1	97%
31/08/2022	10	16	65%	48	62	77%	10	0	100%

FICHA DE OBSERVACION - Post TEST									
Elaborado	Huanqui Quispe Any					Período	Set-22		
	Taboada Raymundo Heloisa								
Fecha	CICLO DEMING			CALIDAD DE SERVICIO					
	Cantidad de ventas alcanzadas (Cv)	Cantidad de ventas esperadas (Ce)	Eficiencia	Número de clientes atendidos(Ca)	Cantidad de clientes que ingresan a tienda (Ci)	Capacidad de respuesta (Cr)	Número de clientes compradores (Cc)	Cantidad de clientes que realizaron un reclamo (Ci)	Fiabilidad(F)
1/09/2022	9	17	52%	43	69	62%	9	0	100%
2/09/2022	12	28	44%	70	110	64%	12	0	100%
3/09/2022	27	39	69%	94	156	60%	27	1	96%
4/09/2022	25	37	68%	97	146	66%	25	0	100%
5/09/2022	11	19	59%	53	75	71%	11	0	100%
6/09/2022	6	16	38%	46	63	73%	6	0	100%
7/09/2022	11	16	69%	49	64	77%	11	0	100%
8/09/2022	14	19	73%	46	77	60%	14	0	100%
9/09/2022	7	22	32%	69	88	78%	7	0	100%
10/09/2022	22	38	59%	97	150	65%	22	1	95%
11/09/2022	14	31	46%	87	122	71%	14	0	100%
12/09/2022	5	15	34%	48	59	81%	5	0	100%
13/09/2022	8	17	48%	51	66	77%	8	0	100%
14/09/2022	13	20	64%	53	81	65%	13	0	100%
15/09/2022	6	15	39%	40	61	66%	6	0	100%
16/09/2022	12	23	53%	54	91	59%	12	0	100%
17/09/2022	22	39	57%	86	154	56%	22	1	95%
18/09/2022	15	34	44%	78	136	57%	15	0	100%
19/09/2022	13	21	63%	58	83	70%	13	0	100%
20/09/2022	16	20	81%	57	79	72%	16	0	100%
21/09/2022	5	14	35%	40	57	70%	5	0	100%
22/09/2022	12	16	75%	48	64	75%	12	0	100%
23/09/2022	24	27	89%	79	108	73%	24	0	100%
24/09/2022	36	50	72%	138	200	69%	36	1	97%
25/09/2022	21	44	48%	114	176	65%	21	0	100%
26/09/2022	6	17	35%	41	69	59%	6	0	100%
27/09/2022	6	18	34%	46	70	66%	6	0	100%
28/09/2022	5	13	38%	34	53	64%	5	0	100%
29/09/2022	11	18	62%	53	71	75%	11	1	91%
30/09/2022	11	21	52%	65	84	77%	11	1	91%

FICHA DE OBSERVACION - Post TEST									
Elaborado	Huanqui Quispe Any					Período	Oct-22		
	Taboada Raymundo Heloisa								
Fecha	CICLO DEMING			CALIDAD DE SERVICIO					
	Cantidad de ventas alcanzadas (Cv)	Cantidad de ventas esperadas (Ce)	Eficiencia	Número de clientes atendidos(Ca)	Cantidad de clientes que ingresan a tienda (Ci)	Capacidad de respuesta (Cr)	Número de clientes compradores (Cc)	Cantidad de clientes que realizaron un reclamo (Ci)	Fiabilidad(F)
1/10/2022	32	30	107%	83	120	69%	32	0	100%
2/10/2022	44	32	139%	92	127	72%	44	0	100%
3/10/2022	61	44	139%	124	175	71%	61	0	100%
4/10/2022	15	14	107%	37	56	66%	15	0	100%
5/10/2022	38	29	131%	87	116	75%	38	0	100%
6/10/2022	30	27	111%	69	108	0.64	30	0	1.00
7/10/2022	29	22	133%	64	87	0.74	29	0	1.00
8/10/2022	19	18	106%	59	72	0.82	19	0	1.00
9/10/2022	32	34	94%	103	136	0.76	32	0	1.00
10/10/2022	37	38	97%	114	152	0.75	37	0	1.00
11/10/2022	17	22	76%	67	89	0.75	17	0	1.00
12/10/2022	25	27	93%	87	107	0.81	25	1	0.96
13/10/2022	16	18	90%	57	71	0.80	16	0	1.00
14/10/2022	19	25	75%	89	101	0.88	19	0	1.00
15/10/2022	24	27	91%	87	106	0.82	24	0	1.00

Anexo 21. *Implementación del speech*



Bienvenido , mi nombre es.... soy
asesor de venta.

En que puedo ayudarlo el día de
hoy.

Paso 1.Escucha atentamente al
cliente

Paso 2.Formula preguntas

Paso 3.Brindale alternativas de
su busqueda

Paso 4.Brindarle los beneficios

Paso 5.Concretar la venta

Paso 6.Acompañalo a generar
su pago

Anexo 22. Porcentaje de Similitud – Turnitin.

The screenshot displays the Turnitin Feedback Studio interface. The main document content is as follows:

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE INGENIERIA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA INDUSTRIAL
TÍTULO DE TESIS
Aplicación del ciclo Deming para la mejora de la calidad de servicio del proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, Callao, 2022.
AUTORES:
Huanqui Quispe, Any Roxana (Código Orcid: 0000-0003-4835-7298)

The right-hand sidebar shows the 'Resumen de coincidencias' (Summary of matches) with a total similarity score of 24%. Below this, a list of matches is provided:

Rank	Source	Percentage
1	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	14 %
2	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	4 %
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	1 %
4	www.redalyc.org Fuente de Internet	1 %
5	Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1 %
6	www.researchgate.net	<1 %

At the bottom of the window, the status bar indicates 'Página: 1 de 35', 'Número de palabras: 9227', and 'Alta resolución Activado'. The system tray shows the date and time as 23:13 on 16/11/2022.

Anexo 23. *Certificado de validez – Mgtr. Montoya Cárdenas, Gustavo Adolfo*

CERTIFICADO DE VALIDEZ QUE MIDE LA CALIDAD DE SERVICIO DEL PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE

Nº	VARIABLE/DIMENSION	Coherencia 1		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Variable Independiente: Ciclo Deming							
1	$IEVO = \frac{Cv}{Ce} \times 100$ IEVO: Indicador de eficiencia por cada venta obtenida Cv: Cantidad de Ventas alcanzadas Ce: Cantidad de Ventas esperadas	X		X		X		
	Variable Dependiente: Calidad de Servicio	Si	No	Si	No	Si	No	
2	$\text{Capacidad de respuesta} = \frac{Ca}{Ci} \times 100\%$ Ca: Número de Clientes Atendidos Ci: Cantidad de Clientes que ingresaron a tienda	X		X		X		
3	$\text{Fiabilidad} = 1 - \frac{Cr}{Cc}$ Cr: Número de Clientes que realizaron un reclamo. Cc: Cantidad de Clientes compradores.	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X], Aplicable después de corregir [], No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Mg. Montoya Cárdenas, Gustavo Adolfo DNI: 07500140

Especialidad del validador: Ingeniero Industrial, Magister en Administración Estratégica de Empresas

Lima, 10 de octubre del 2022

1 Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

2 Relevancia: El ítem es esencial o importante, para representar al componente o dimensión específica del constructo

3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Anexo 24. *Certificado de validez – Mgtr. Zeña Ramos, Jose la Rosa*

**CERTIFICADO DE VALIDEZ QUE MIDE LA CALIDAD DE SERVICIO DEL
PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE**

N°	VARIABLE/DIMENSION	Coherencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Variable Independiente: Ciclo Deming	Si	No	Si	No	Si	No	
1	$IEVO = \frac{Cv}{Ce} \times 100$ <p>IEVO: Indicador de eficiencia por cada venta obtenida Cv: Cantidad de Ventas alcanzadas Ce: Cantidad de Ventas esperadas</p>	X		X		X		
	Variable Dependiente: Calidad de Servicio	Si	No	Si	No	Si	No	
2	<p><i>Capacidad de respuesta</i></p> $= \frac{Ca}{Ci} \times 100\%$ <p>Ca: Número de Clientes Atendidos Ci: Cantidad de Clientes que ingresaron a tienda</p>	X		X		X		
3	$Fiabilidad = 1 - \frac{Cr}{Cc}$ <p>Cr: Número de Clientes que realizaron un reclamo. Cc: Cantidad de Clientes compradores.</p>	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [], Aplicable después de corregir [], No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: DNI: 17533125

Especialidad del validador: Ingeniero Industrial, Magister en Administración Estratégica de Empresas

Lima, 29 de septiembre del 2022

1 Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

2 Relevancia: El ítem es esencial o importante, para representar al componente o dimensión específica del constructo

3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión



Firma del Experto Informante.

Anexo 25. *Certificado de validez – Mgtr. Molina Vilchez Jaime Enrique*

**CERTIFICADO DE VALIDEZ QUE MIDE LA CALIDAD DE SERVICIO DEL
PROCESO DE ATENCIÓN AL CLIENTE**

N°	VARIABLE/DIMENSION	Coherencia 1		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Variable Independiente: Ciclo Deming							
1	$IEVO = \frac{Cv}{Ce} \times 100$ <p>IEVO: Indicador de eficiencia por cada venta obtenida Cv: Cantidad de Ventas alcanzadas Ce: Cantidad de Ventas esperadas</p>	X		X		X		
	Variable Dependiente: Calidad de Servicio							
2	$\text{Capacidad de respuesta} = \frac{Ca}{Ci} \times 100\%$ <p>Ca: Número de Clientes Atendidos Ci: Cantidad de Clientes que ingresaron a tienda</p>	X		X		X		
3	$\text{Fiabilidad} = 1 - \frac{Cr}{Cc}$ <p>Cr: Número de Clientes que realizaron un reclamo. Cc: Cantidad de Clientes compradores.</p>	X		X		X		

Observaciones (precisar si hay suficiencia: Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [X], Aplicable después de corregir [], No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador: Mgtr. Molina Vilchez Jaime Enrique DNI: 06019540

Especialidad del validador: Ingeniero Industrial CIP 100497

Lima, 09 de noviembre del 2022

1 Coherencia: El ítem tiene relación lógica con la dimensión o indicador que está midiendo

2 Relevancia: El ítem es esencial o importante, para representar al componente o dimensión específica del constructo

3 Claridad: Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

Anexo 26. Carta de autorización de datos

COMEXA
COMERCIALIZADORA EXTRANJERA S.A. SUC. DEL PERÚ

CARTA DE AUTORIZACIÓN USO DE DATOS

Yo Caballero Solano Sandra Identificada con DNI N.º 10263596 Gerente de gestión humana de la empresa "Comexa comercializadora extranjera S.A.C" registrada con número Ruc: 20431062870. Suscribo que:

Las Srtas. Huanqui Quispe, Any Roxana, identificado con DNI N° 70258839 y Taboada Raymundo Heloisa Xomira, identificado con DNI N° 77904710. Están autorizados para la recolección de información que le sean necesarios, a fin de desarrollar el proyecto de investigación en curso para fines estudiantiles. El citado proyecto de investigación lleva por título de Investigación "Aplicación del Ciclo de Deming para la mejora de la calidad de servicio del proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, Callao, 2022". El objetivo propuesto por ambas es la de obtener el título profesional de Ingeniero Industrial. El periodo de autorización abarca desde la emisión de este documento, fechado el 15 de mayo hasta el 31 de diciembre del 2022. Se expide el presente documento para los fines correspondientes.


SANDRA CABALLERO SOLANO
GERENTE DE GESTIÓN HUMANA
Comexa Comercializadora Extranjera SA
Sucursal del Perú



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, MONTOYA CARDENAS GUSTAVO ADOLFO, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA INDUSTRIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Aplicación del ciclo Deming para la mejora de la calidad de servicio del proceso de atención al cliente en un punto de venta de una empresa importadora de juguetes, Callao, 2022.", cuyos autores son TABOADA RAYMUNDO HELOISA XOMIRA, HUANQUI QUISPE ANY ROXANA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 28.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 02 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
MONTOYA CARDENAS GUSTAVO ADOLFO DNI: 07500140 ORCID: 0000-0001-7188-119X	Firmado electrónicamente por: GMONTOYAC el 20- 11-2022 17:13:48

Código documento Trilce: TRI - 0437072