



**UNIVERSIDAD SEÑOR DE SIPÁN  
ESCUELA DE POSGRADO**

**TESIS**

**ESTRATEGIA DE GESTIÓN DE CALIDAD  
PARA EL SERVICIO DE ATENCIÓN AL  
CLIENTE EN LA TIENDA DE MOVISTAR**

**PARA OPTAR EL GRADO ACADÉMICO  
DE MAESTRO EN ADMINISTRACIÓN Y  
MARKETING**

**Autor:**

**Bach. Pozo Calderón Armando**

**ORCID: 0000-0002-3614-8512**

**Asesor:**

**Dr. Espinoza Rodríguez Hugo Redib**

**ORCID: 0000-0003-0783-7770**

**Línea de Investigación:**

**Gestión Empresarial y Emprendimiento**

**Pimentel – Perú**

**2021**

## RESUMEN

La investigación tuvo como objetivo elaborar una estrategia de gestión de la calidad que contribuya a los servicios de atención al cliente en la tienda de Movistar. La metodología tuvo un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada y nivel descriptivo con un diseño no experimental donde la muestra estuvo conformada por 55 personas, entre trabajadores (25) y clientes (30), a quienes se aplicó un cuestionario para obtener los resultados del estudio. Como resultado se tuvo que la situación actual de la gestión de calidad en la Tienda Movistar muestra que la atención al cliente es buena para la mayor parte de los clientes, situación que se parecía en los resultados de los trabajadores y de los clientes, sin embargo, presenta pequeñas brechas que indican que todavía se puede mejorar el servicio en relación a los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Concluye que se requiere de mejoras en cada uno de los factores mencionados al encontrarse con un nivel medio. Se recomienda considerar cada factor del servicio de atención al cliente con las acciones de mejora en los elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

**Palabras clave:** Calidad, gestión de calidad, servicio de atención al cliente.

## **ABSTRACT**

The objective of the research was to develop a quality management strategy that contributes to customer service in the Movistar store. The methodology had a quantitative approach, applied type and descriptive level with a non-experimental design where the sample consisted of 55 people, between workers (25) and clients (30), to whom a questionnaire was applied to obtain the results of the study. As a result, the current situation of quality management in the Movistar Store shows that customer service is good for the majority of customers, a situation that was similar in the results of workers and customers, however, presents small gaps that indicate that the service can still be improved in relation to tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy. It concludes that improvements are required in each of the mentioned factors when meeting an average level. It is recommended to consider each factor of customer service with improvement actions in tangible elements, reliability, responsiveness, security and empathy.

**Key words:** Quality, quality management, customer service.