



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y EDUCACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**"PLAN DE MEJORA PARA OPTIMIZAR LA CALIDAD DE
SERVICIO EN LA EMPRESA UNIÓN SAC – SECCIÓN
ABARROTES, SAN IGNACIO 2019"**

PRESENTADO POR:

BACH. QUEVEDO JIMENEZ, YANINA IDANIA.

**PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

ASESOR:

DR. ANDRES ALTAMIRANO ARANA

SAN IGNACIO - PERÚ

2019

Dedicatoria

La presente investigación está dedicada principalmente a mi padre Alcides y a mi madre Magna, a mis hermanos y a todas las personas que han hecho posible la culminación de esta tesis que me va a permitir obtener la licenciatura en administración de empresas y negocios internacionales; conocimientos que los pondré a disposición de las empresas públicas y/o privadas. Rescato la importancia de la universidad Alas peruanas por haber permitido mi formación académica profesional competente que la pondré a disposición de la Provincia de San Ignacio, de la región Cajamarca y del Perú.

Agradecimiento

Agradecer a Dios por brindarme las fuerzas y la motivación para formarme como profesional y así mismo a la empresa comercial Unión S.A.C por haberme permitido y facilitado sus instalaciones para la realización de este trabajo de investigación.

De la misma manera agradezco a la universidad Alas peruanas y a la facultad de Ciencias Empresariales y Educación por haberme asesorado en la elaboración y culminación de tesis para obtener el título profesional en Administración y Negocios Internacionales.

Índice de contenido

Portada.....	¡Error! Marcador no definido.
Dedicatoria	ii
Agradecimiento.....	iii
Índice de contenido	iv
Índice de tablas	vi
Índice de figuras	viii
Resumen	x
Abstract	xi
INTRODUCCIÓN.....	12
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	19
1.1. Antecedentes del estudio	19
1.2. Bases teóricas.....	26
CAPITULO II. HIPÓTESIS Y VARIABLES	42
1.1. Hipótesis de investigación	42
1.1.1. Hipótesis general	42
1.1.2. Hipótesis específicas	42
1.2. Variables	42
1.2.1. Definición conceptual de la variable.....	42
1.2.2. Definición operacional de la variable	42
1.2.3. Operacionalización de la variable	44
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	46
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	46
3.1.1. Tipo de investigación	46
3.1.2. Nivel de investigación	46
3.2. Método y diseño de Investigación	46
3.2.1. Método de investigación	46

3.2.2. Diseño de Investigación.....	46
3.3. Población y Muestra de la investigación.....	47
3.3.1. Población.....	47
3.3.2. Muestra.....	47
3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos.....	48
3.4.1. Técnicas.....	48
3.4.2. Instrumentos.....	49
3.5. Validez y confiabilidad del instrumento.....	49
3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos.....	50
CAPÍTULO IV: RESULTADOS.....	51
4.1. Resultados en tablas y figuras de la encuesta.....	51
CAPITULO V: DISCUSIÓN.....	73
CONCLUSIONES.....	83
RECOMENDACIONES.....	84
REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍAS.....	85
Anexo 1: Cuestionarios.....	89
Anexo 2: Matriz de consistencia.....	91

Índice de tablas

Tabla 1 Operacionalización de la variable Independiente	44
Tabla 2 Operacionalización variable dependiente	45
Tabla 3 La empresa Unión SAC posee equipos de apariencia moderna.	51
Tabla 4 Las instalaciones físicas de Unión SAC son cómodas y visualmente atractivas.	52
Tabla 5 Los empleados de Unión SAC muestran una apariencia adecuada	53
Tabla 6 Los productos que ofrece la empresa Unión SAC son visualmente observables.	54
Tabla 7 Cuando en Unión SAC prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	55
Tabla 8 Cuando tengo alguna duda en Unión SAC, muestran un sincero interés en brindar una aclaración.	56
Tabla 9 Habitualmente Unión SAC ofrece un buen servicio.	57
Tabla 10 Unión SAC presta sus servicios en el menor tiempo posible.....	58
Tabla 11 En Unión SAC insisten en evitar cometer errores en sus actividades y registros.....	59
Tabla 12 Los empleados de Unión SAC informan puntualmente y con sinceridad todo acerca de los productos de la empresa.	60
Tabla 13 Los empleados de Unión SAC ofrecen un servicio rápido y ágil. ..	61
Tabla 14 Los empleados de Unión SAC siempre están dispuestos a ayudar.	62
Tabla 15 Los empleados de Unión SAC le dedican el tiempo necesario para responder a sus preguntas.	63
Tabla 16 El comportamiento de los empleados de Unión SAC le trasmite confianza.	64
Tabla 17 Se siente seguro en las transacciones que realizó con la empresa Unión SAC.	65
Tabla 18 Los empleados de Unión SAC son siempre amables.....	66
Tabla 19 Los empleados de Unión SAC tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.	67
Tabla 20 Los empleados de la empresa Unión SAC brindan una atención personalizada.	68
Tabla 21 La empresa Unión SAC cuenta con un horario adecuado.....	69

Tabla 22 Los empleados de la empresa Unión SAC ofrecen información personalizada.	70
Tabla 23 Los empleados de Unión SAC buscan lo mejor para los intereses del cliente.	71
Tabla 24 Los empleados de Unión SAC comprenden sus necesidades de manera específica.	72
Tabla 25. Cronograma de actividades.....	81
Tabla 26. Presupuesto de la propuesta.....	82

Índice de figuras

Figura 1:Nivel de calidad del servicio al Cliente en Perú	14
Figura 2: Proceso de un plan de mejora.....	30
Figura 3:Ciclo de Deming o Ciclo PDCA	32
Figura 4: Dimensiones del modelo SERVPERF	40
Figura 5. La empresa Unión SAC posee equipos de apariencia moderna. ..	51
Figura 6. Las instalaciones físicas de Unión SAC son cómodas y visualmente atractivas.	52
Figura 7. Los empleados de Unión SAC muestran una apariencia adecuada	53
Figura 8. Los productos que ofrece la empresa Unión SAC son visualmente observables.	54
Figura 9. Cuando en Unión SAC prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.	55
Figura 10. Cuando tengo alguna duda en Unión SAC, muestran un sincero interés en brindar una aclaración.	56
Figura 11. Habitualmente Unión SAC ofrece un buen servicio.....	57
Figura 12. Unión SAC presta sus servicios en el menor tiempo posible.	58
Figura 13. En Unión SAC insisten en evitar cometer errores en sus actividades y registros.....	59
Figura 14. Los empleados de Unión SAC informan puntualmente y con sinceridad todo acerca de los productos de la empresa.	60
Figura 15. Los empleados de Unión SAC ofrecen un servicio rápido y ágil.	61
Figura 16. Los empleados de Unión SAC siempre están dispuestos a ayudar.	62
Figura 17. Los empleados de Unión SAC le dedican el tiempo necesario para responder a sus preguntas.....	63
Figura 18. El comportamiento de los empleados de Unión SAC le trasmite confianza.	64
Figura 19. Se siente seguro en las transacciones que realizó con la empresa Unión SAC.....	65
Figura 20. Los empleados de Unión SAC son siempre amables.....	66
Figura 21. Los empleados de Unión SAC tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.....	67

Figura 22. Los empleados de la empresa Unión SAC brindan una atención personalizada.	68
Figura 23. La empresa Unión SAC cuenta con un horario adecuado.....	69
Figura 24. Los empleados de la empresa Unión SAC ofrecen información personalizada	70
Figura 25. Los empleados de Unión SAC buscan lo mejor para los intereses del cliente	71
Figura 26. Los empleados de Unión SAC comprenden sus necesidades de manera específica.	72

Resumen

La presente investigación tiene como finalidad proponer un plan de mejora para optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión S.A.C.- Sección A barrotes, San Ignacio 2019, asimismo se tuvo como metodología de tipo descriptiva, con un método cuantitativo y con un diseño no experimental, por consiguiente, la población estuvo constituida por 750 clientes de la empresa comercial Unión SAC, de la provincia de San Ignacio, así también se tomó una muestra de 254 clientes. Se tiene como variable independiente al plan de mejora y a la calidad como variable dependiente, para la recolección de los datos se aplicó la técnica de la encuesta. En sus resultados se obtuvo que el 54% están de acuerdo en cuanto a los productos que ofrece la empresa Unión SAC los cuales son visualmente observables, un 29% que se encuentra ni de acuerdo ni en desacuerdo, lo cual indica un porcentaje regular para llegar a ofrecer una buena calidad de servicio. Por ello que fue necesario el diseño de un plan de mejora para optimizar la calidad de servicios de la empresa Unión S.A.C., el cual estuvo constituido por estrategias, para que a través de ello se mejore la capacidad del personal incluyendo también la motivación a los mismos y logre cumplir con las expectativas del usuario que recibe dicho servicio.

Palabras Claves: Plan de mejora, Calidad de servicio, Capacitación

Abstract

The purpose of this research is to propose an improvement plan to optimize the quality of services in the company Unión SAC- Section A bars, San Ignacio 2019, it was also used as a descriptive methodology, with a quantitative method and with a non-experimental design , consequently, the population was made up of 750 clients of the commercial company Unión SAC, in the province of San Ignacio, and a sample of 254 clients was also taken. The improvement plan and the quality as a dependent variable are used as an independent variable, the survey technique was applied to the data collection. In its results it was obtained that 54% agree on the products offered by the company Unión SAC which are visually observable, 29% that neither agree nor disagree, which indicates a regular percentage to arrive To offer a good quality of service. Therefore, it was necessary to design an improvement plan to optimize the quality of services of the company Unión SAC, which was constituted by strategies, so that through this the capacity of the staff is improved, including the motivation for them and manage to meet the expectations of the user who receives said service.

Keywords: Improvement plan, Quality of service, Training

INTRODUCCIÓN

En México, el director general de Hey, Christian Domínguez manifestó que una mala calidad de servicio hacia a los clientes viene generando que más de 50 por ciento de los consumidores decidan abandonar una marca o empresa. El directivo comentó que según un análisis que realizaron un 54 por ciento de los consumidores nacidos entre los años 1982 y 1994 conocidos como millennials son los más dispuestos a abandonar una compañía o marca que les haya brindado una mala atención; mientras que los consumidores entre los años de 1945 y 1964 alcanzan el 52 por ciento y los pertenecientes a la Generación X (1965 – 1981) obtuvieron un 50 por ciento. Ante tales acontecimientos, el director considera que las empresas deberían poner cada día mayor atención al aspecto de atención a clientes y poder buscar cuales son las formas más eficientes para poder solventar dicho servicio. Mencionó que actualmente se vienen sustituyendo las llamadas telefónicas por mensajes de texto a través de las diversas plataformas existentes como: WhatsApp, Facebook, Messenger, SMS, entre otros. A través de dicha forma las compañías vienen ofreciendo un servicio de atención a clientes llegando a conseguir una experiencia satisfactoria la cual influye en la reputación, además se están disminuyendo costos e incrementando el número de usuarios en el menor tiempo posible (El Financiero, 2018).

En muchas ocasiones, la atención al cliente es uno de aquellos servicios que menos cuida una empresa, sin embargo, resulta muy importante no caer en aquel error de no prestarle el interés que merece como tal. Se sabe según estudios realizados alrededor del mundo qué, una buena atención al cliente o usuario permite muchas veces poder marcar una diferencia notoria entre un cliente que se encuentra satisfecho y un cliente que no lo está, además que supone una de la mejor publicidad existente que puede “comprar una empresa”, pues ya que nos encontramos en una época en la que el internet y sobre todo las redes sociales amplifican las diversas opiniones logrando que estas puedan llegar hasta donde nunca nos podríamos imaginar. Entonces, si todo el mundo va a hablar de la atención al cliente que ofrece tu empresa, es obvio que queremos que hablen bien, sin embargo, en el camino encontramos muchos problemas recurrentes los cuales deben ser atendidos de manera inmediata como son: la mayor cantidad de

empresas suelen pensar que la atención al cliente no es parte fundamental de sus negocios, por otro lado, las personas que son las encargadas de brindar la atención al cliente no cuentan con la formación suficiente, muchas veces no existen soluciones personalizadas para algunos clientes, y sobre todo muchas veces no se le da importancia al seguimiento post venta (Izquierdo, 2017).

Según el informe Relevancia de la Calidad de Servicio 2018 realizado por encargo de JL Consultores, se manifiesta en un apartado que el proceso de atención al cliente como tal resulta ser una parte vital para que un consumidor decida volver a realizar o emplear un servicio, pues de lo contrario se perdería a este para siempre. En dicho informe se pudo evidenciar que un 67% de las personas encuestadas señalaron que no regresarían a un mismo lugar si logran tener una mala experiencia en el servicio, mientras que el 60% suele pedir el libro de reclamaciones.

El director de JL Consultores, Javier Lauz manifestó que toda empresa logra sobrevivir por sus clientes, y es obvio que si a uno no lo tratan bien no volvería, y eso no está discriminado por el nivel socioeconómico. Además, mencionó que en las empresas de retail las empresas no suelen poner mayor énfasis en tratar de mejorar sus procesos en torno a ofrecer una mejor atención al cliente. Recomienda a los dueños de las diferentes empresas que tengan muy en cuenta que una mala experiencia vivida se triplica e incluso cuadruplica en comentarios y por tanto, una mala recomendación significa muchos clientes menos y menos ventas también (Ochoa, 2018).

Un estudio realizado por Global Research Marketing (GRM) y Javier Lauz Consultores mencionan que un servicio de calidad puede llegar a determinar el 60% aproximadamente de la compra ya sea de un producto o servicio para los limeños. Sin duda alguna esta cifra refleja que los clientes suelen ponderar muchos más recibir un servicio y están dispuestos a exigir más de las empresas. Por tanto, cuando éste no se encuentre satisfecho hará sentir su voz sin duda alguna. Más allá de los típicos canales tradicionales como son el mail corporativo o en otros casos el famoso libro de reclamaciones, hoy en día los usuarios han encontrado en las redes sociales el mejor aliado, pues han demostrados ser el medio más efectivo para solucionar sus problemas según manifiesta el director de

la consultora. Según dicho estudio, más de tercera parte de un grupo de encuestados afirma que usa las redes sociales para enviar sus reclamos de manera pública a la empresa. Un 86.3% utiliza Facebook como plataforma digital, por lo tanto, un reclamo alcanza un impacto mayor o vitalización de las distintas quejas.

Los limeños indican que uno de los aspectos que más valoran hoy en día en una atención es el conocimiento sobre el producto o servicio. en segundo lugar, le sigue la capacidad que posee el vendedor para dar solución a sus principales necesidades con rapidez, y claro está que con mucha amabilidad. A diferencia de años anteriores, la presentación o sea uniforme de los colaboradores ya no es tan importante.

Sólo un 3% de las empresas peruanas cuentan con un plan de servicio el cual abarca un protocolo de atención al cliente, manejo de crisis, estrategia en redes, etc. La opinión que los limeños tienen con respecto al servicio al cliente es mencionada en el diario (Inga, 2017).

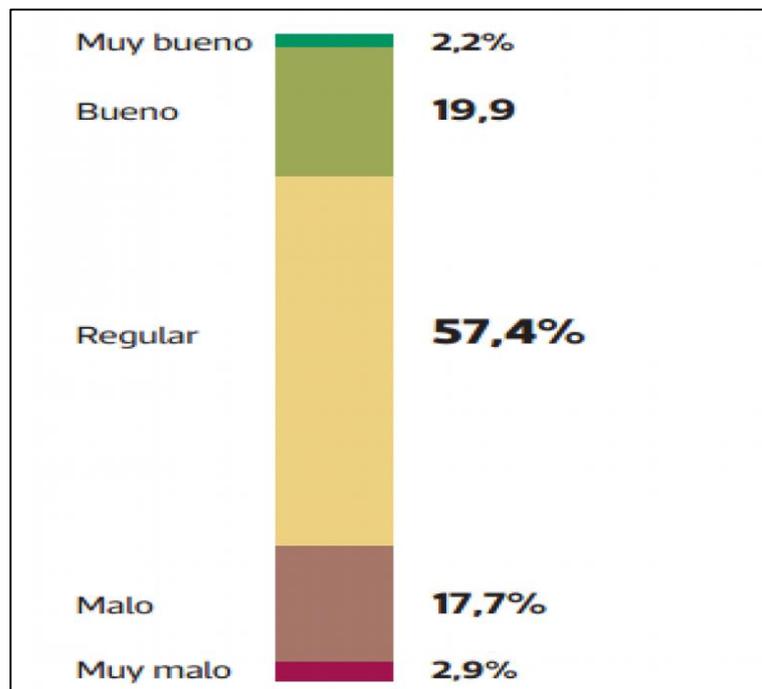


Figura 1: Nivel de calidad del servicio al Cliente en Perú
Fuente: El Comercio (2017)

En Lima, por ejemplo, se presentó una experiencia vivida por una madre y su hija, quienes acudieron a una empresa peruana “Norky`s” lamentablemente dicha

experiencia fue muy penosa. Pues resulta que la niña sin querer derramó su vaso de gaseosa y pues dicha situación fue explicada a la dependiente de dicha empresa y lo único que dijeron después de haber consultado al jefe de la pollería es que “eso es culpa suya y, por lo tanto, el caso no procede”. Si bien es cierto, era verdad que la culpa fue nuestra y pues bueno S/. 3.00 no empobrecen ni enriquecen a nadie, queda claro que compramos otro vaso de gaseosa, sin embargo, recalcaron que no era tanto el valor del producto, sino la atención y servicio al cliente que esta empresa ofreció. Muchos clientes consideran que dicha pollería se encuentra a kilómetros de dar un buen servicio a sus clientes, y muchos de ellos no recomendarían la utilización de sus servicios. Pues expresa que un cliente que se siente satisfecho, por lo general siempre suele recomendar ya sea un producto o servicio a otra persona, sin embargo, un cliente insatisfecho comparte dicha situación hasta con cuatro personas más con la finalidad de evitar que consuman el producto o servicio. Por tanto, el buen servicio al cliente no radica únicamente en los precios, sino en el trato que los clientes reciben por parte de la empresa prestadora de servicios (Sánchez, 2010).

La empresa Comercial S.A.C ubicada en la provincia de San Ignacio, se dedica a la venta minorista de abarrotes. Muchos de sus clientes han manifestado que el espacio con el que cuenta dicha empresa es muy reducido lo cual dificulta la visualización de sus diversos productos y por ende que se ofrezca una adecuada atención a los clientes. Entre otras percepciones negativas que manifiestan los clientes son: el tiempo de respuesta o de atención por parte de los empleados de la empresa comercial son muy altos, la información que se brinda sobre los productos suele ser incompleta y poco precisa, además se evidencia que existe una falta de interés de los empleados en involucrarse con los clientes. Por otro lado, todo ello refleja que al momento de brindar la atención a los clientes exista poca prontitud para atender sus pedidos, y se carece de un protocolo de servicio; todo ello se refleja en la insatisfacción que vienen presentando sus clientes, pues las quejas han ido en aumento. De seguir así, puede surgir como consecuencia que los clientes opten por visitar otras empresas comerciales que brinden lo que ellos están buscando. Lo que la empresa viene buscando es lograr tener una mejor imagen empresarial por parte de la comunidad de San Ignacio.

Como problema principal se plantea la siguiente interrogante: ¿Cómo optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión SAC Sección abarrotes, San Ignacio 2019?

Dentro de los objetivos, tenemos como objetivo general: Proponer un plan de mejora para optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión S.A.C – Sección Abarrotes, San Ignacio 2019, y como objetivos específicos: a) Diagnosticar la situación actual de la empresa Unión S.A.C en cuanto a calidad de servicio y b) Diseñar un plan de mejora para optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión S.A.C.

La presente investigación resulta importante, ya que se propuso diagnosticar la calidad de servicio actual. Al llevar a cabo dicha evaluación se logró determinar que el nivel de satisfacción que perciben los clientes en relación a la calidad de servicio, y teniendo como base dichos resultados, se plantearan estrategias o acciones de mejora las cuales permitan mejorar la calidad de servicio y, por ende, lograr fidelizarlos y que la empresa genere mayores ingresos. Posee justificación práctica, ya que permitirá que los colaboradores estén más capacitados y organizados a la vez para así dar solución a cualquier tipo de problema que pueda presentarse. Además, lo que pretende dicha investigación es realizar un análisis de la problemática existente a través del instrumento llamado Servperf el cual fue debidamente adaptado, con el cual se obtuvo resultados y a partir del resultado obtenido con la aplicación de dicho instrumento se elaboró una propuesta de mejora, la cual ayudará a que se mejore la calidad de servicio y por ende a incrementar la rentabilidad de la empresa.

Es pertinente, ya que se logrará proporcionar una alternativa de solución a la ineficiencia que se viene presentando en la calidad de servicio, lo cual genera molestias en gran parte de los clientes de la empresa Unión SAC. Su justificación social radica en qué, con los resultados que se obtengan de la investigación resultarán beneficiados tanto los dueños de la empresa comercial como los clientes, pues se estaría dando solución a un problema que vienen viviendo día tras día, y pues se mejoraría la calidad de servicio asegurando así un mayor nivel de satisfacción de los clientes que en este caso son quienes se ven perjudicados.

El presente trabajo de investigación se basa en la aplicación de un plan de mejora para optimizar la calidad de servicio, en la cual la calidad de servicio es el nivel de excelencia que una organización asigna a la satisfacción de sus clientes, por lo que debe considerar los tiempos y los atributos que son valorados por los clientes, a fin de calzar a medida con las necesidades y requerimientos de los clientes, tal como señala (Equipo Vértice, 2010). Así también el plan de mejora según la Subsecretaría de Apoyo y Seguimiento (2017) considera que, un plan de mejora resulta ser un buen instrumento, el cual permite la identificación y organización de las posibles respuestas de cambio para combatir contra aquellas debilidades encontradas en una autoevaluación institucional de cualquier empresa.

Por consiguiente, esta investigación fue de tipo descriptivo-propositivo, este tipo de diseño se utiliza de alguna manera poder relatar lo que se encontró en el estudio, y en base a dichos hallazgos se elabora el plan o propuesta de intervención, pues se enfoca en mejorar los aspectos que lo requieran, plasmando actividades que respondan a los fenómenos o causas sociales. El método empleado fue el cuantitativo, pues consta de un conjunto de proceso, en el cual se sigue una secuencia lógica, además se utilizaron diversos instrumentos para la recolección de datos, el diseño empleado fue el no experimental debido a que no se realizará ningún tipo de manipulación en las variables, pues el trabajo del investigador se centra únicamente en la observación y registro de los fenómenos que se presentan en el contexto y se realizó en un determinado momento, para ello la población con la que se contó fue de 750 clientes de la empresa comercial Unión S.A.C. de San Ignacio, en el que se tomó como muestra a 254 clientes.

Respecto a su estructura inicia con la introducción, donde se consideró la descripción de la situación problemática, el problema principal, el objetivo general y los objetivos específicos, asimismo la hipótesis principal, la importancia del estudio y las limitaciones del estudio.

En el primer capítulo se presentan el marco teórico el cual contiene estudios realizados anteriormente por otros autores, conceptos y teorías respecto al Plan de mejora y la calidad de servicio, seguidamente a la definición de términos.

En el segundo capítulo se plantea la hipótesis tanto general como específica y las variables de estudio, que se subdividen en su definición conceptual, operacional y la Operacionalización de variables.

En el tercer capítulo, se muestra la metodología de la investigación la cual contiene el tipo, nivel, método y diseño de la investigación, así como la población y muestra, las técnicas e instrumentos empleados para la recolección de los datos, la validez y confiabilidad del instrumento y el plan de recolección y procedimiento de los datos.

En el cuarto capítulo se presentan los resultados, en tablas y figuras de la encuesta.

En el quinto capítulo se establece la discusión de resultados en donde se hace la comparación con los antecedentes de estudios planteados anteriormente.

Finalmente se desarrollaron las respectivas conclusiones y recomendaciones del autor, seguido de las referencias bibliográficas y anexos.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Antecedentes del estudio

Gaitán (2017) en su tesis titulada “Plan de mejora del servicio en Distribuciones AC SAS” en Bogotá. Tuvo como objetivo general lograr una mejora en el servicio al cliente de la empresa de estudio con la finalidad que la ésta pueda crecer de manera económica y logre así mejor el posicionamiento que posee en el mercado en el que se desarrolla. La población y muestra estuvo conformado por los funcionarios de la empresa de Distribuciones AC SAS quienes ascienden a un total de cuatro (4). Concluyó qué, era necesario desarrollarse diversas estrategias que permitan dar solución al problema existente, el cual venía generando una serie de inconformidades que sufren los clientes en relación al servicio que reciben. La primera estrategia estuvo asociada con qué, si se ajustan los salarios de los funcionarios se connotan, lo cual genera que nazca un incentivo que les permita seguir laborando con entusiasmo. La segunda estrategia se centró en la adquisición de equipos tecnológicos permitiendo que desarrollar las actividades con mayor eficiencia, además de generar un ambiente agradable. En términos generales, la propuesta debidamente implementada originó que se eleve el nivel tanto de confianza, compromiso y agilidad en los clientes tanto internos como externos, el cual se refleja por intermedio de los movimientos contables que sufrió la empresa y sobre todo en la mejora que alcanzó la empresa.

Cadena (2017) en su tesis titulada “Diseño de un plan de mejora de la calidad en el servicio interno y externo del Hotel Casa Q” en Quito. Tuvo como objetivo principal diseñar un plan que ayude a mejorar el servicio en dicha empresa hotelera. La investigación se desarrolló bajo un enfoque de tipo exploratorio y cualitativa. Tanto la población como la muestra estuvo conformado por un total de 16 personas, de los cuales seis (6) fueron colaboradores de la empresa y diez (10) estudiantes que realizaban sus prácticas pre profesionales. El enfoque de investigación empleado fue de tipo mixto ya que se fusionaron instrumentos de tipo cuantitativos con cualitativos. El tipo de investigación fue proyectiva, haciendo uso de métodos tanto deductivos como inductivo; mientras que el diseño fue no experimental. El autor pudo concluir qué, dicha empresa carece de una

estructuración organizacional sólida, además hace falta capacitación a los colaboradores y pues carece de procedimientos que permitieran analizar y evaluar la calidad de servicio tanto interno como externo de dicho hotel. La situación que presentaba la empresa fueron: la valoración de servicios recibidos contaba con un 57.40% de aceptación, mientras que el nivel asociado a la satisfacción lograba alcanzar un 73.10%. por otro lado, las satisfacciones en relación a las funciones por departamento obtuvieron un porcentaje bajo de 18.8%, y el tema relacionado a la capacitación interna obtuvo sólo un 18.8% de nivel de satisfacción.

Balan (2017) en su tesis titulada “Propuesta de mejora para la calidad en el servicio. Caso de estudio: Dos Hoteles del Centro Histórico” en México. Su objetivo general se basó en el análisis de aquellos factores que logran influir en la satisfacción del Huésped en relación a la calidad del servicio que se ofrece. La investigación se basó bajo un enfoque de tipo bibliográfico, con un diseño de investigación no experimental. El autor pudo concluir que, las empresas de servicios suelen centrarse en elementos intangibles lo cual muchas veces imposibilita al cliente a realizar una evaluación a priori. Por otro lado, se identificó que un segundo factor influyente relacionado con el proceso de búsqueda de calidad de servicio, es la motivación hacia el personal, por ende, un plan adecuado que contenga definido incentivos o premios resulta ser un medio interesante para que el personal de una empresa esté debidamente fidelizado y así incrementa su nivel de compromiso para con la empresa. Por último, pero no menos importante tenemos el factor asociado tanto a la colaboración como comunicación que debe existir entre los diversos departamentos que conformen una empresa, pues se comprobó que de esta manera se logra generar un clima laboral participativo.

Alvear (2014) en su tesis “Propuesta de mejoramiento de la calidad de servicio del Grand Hotel Paraíso” en Quito. Tuvo como objetivo elaborar una propuesta que permita mejorar la calidad de servicio de dicha empresa hotelera. La población de la investigación la conformó todos los turistas registrados entre los años 2009 al 2012 de los cuales se calculó un promedio ascendiendo a un total de 3809 turistas. Al ser una población finita de gran magnitud se procedió aplicar la fórmula correspondiente para hallar la muestra resultando ser 254 turistas a encuestar. Se pudo llegar a la conclusión que, existe una falta de compromiso por

parte de los empleados, esto debido a que gran parte de ellos carecen de conocimientos acerca del liderazgo. No se aprecia un trabajo en equipo, no existe deseo por aprender, es decir, resultaba notoria la falta de motivación en los colaboradores al momento de desempeñar sus funciones. Desde la creación de la empresa no se llevó a cabo ningún tipo de evaluación acerca de la calidad de servicio que ofrecen, lo cual indica cierta despreocupación acerca de cuál es el nivel de satisfacción que poseen sus clientes.

Larraín (2012) en su tesis “Diseño de una propuesta de mejoramiento de la calidad de servicio en una empresa del Rubro Automotriz” en Santiago de Chile. Su objetivo general se centró en el diseño de una propuesta que permita mejorar la calidad del servicio que viene ofreciendo la empresa de estudio. Dicha investigación se desarrolló bajo un marco metodológico, con ayuda de fuentes bibliográficas y bajo un diseño de investigación no experimental. La población estuvo conformada por todos los clientes que acuden a solicitar sus servicios. El autor logró concluir que, existe una variedad de empresas que ofrecen los mismo que la empresa de estudio, por lo que se determinó que el diseño y tecnología utilizada ya no resultan ser una forma de diferenciarse, sino que ahora prevalece la calidad del servicio. Gran parte de los problemas que se identificaron estuvieron asociados a la falta de capacitaciones el cual genera que se presente un servicio no enfocado en los clientes; por otra parte, muchas veces la entrega de los vehículos no suele cumplir con las condiciones que esperaba el cliente, lo cual genera incomodidad e insatisfacción. Y, por último, el cumplimiento de plazos de entrega no suele darse como fue pactado, es decir que existe poca rigurosidad al momento de la definición de las fechas de entrega.

Rodríguez (2018) en su investigación titulada “Plan de mejora de la calidad de servicio en Starbucks con sede en el C.C. Jockey Plaza” en Lima. Tuvo como objetivo proponer un plan que permita mejorar la calidad del servicio que viene brindado la empresa de estudio. La investigación se basó en un enfoque de tipo mixta, tratando de fusionar tanto técnicas cualitativas como cuantitativas que permitieron obtener los resultados necesarios para desarrollar la propuesta. Además, la investigación fue de tipo proyectiva, debido a que puede ser aplicada en un futuro. Para determinar la población de estudio se procedió a calcular el

número promedio de transacciones que se realizaron de manera diaria, resultando ser un total de 68 clientes, por ende, la muestra fue considerada la misma. El autor concluye que, con la propuesta se daría solución a la poca variedad existente de productos con la que cuenta dicha empresa, además se mejoraría el tema relacionado a atención personalizada y sobre todo se brindaría una mayor seguridad a sus clientes al momento de realizar sus diversas transacciones en las instalaciones de la empresa. Por ende, se ofrecieron herramientas que resultan muy necesarias las cuales permiten poder alcanzar los objetivos y así sigan creciendo en el mercado en el que se desenvuelven.

Crisóstomo (2018) en su tesis titulada “Propuesta de mejora de la calidad de servicio en la empresa Intellitech Systems SAC” en Lima. Tuvo como objetivo la elaboración de una propuesta la cual permita mejorar la calidad de servicio de la empresa antes mencionada. La investigación utilizó la metodología de tipo descriptiva – propositiva; además de tener un corte transeccional teniendo como referencia que sólo se aplicó una encuesta en un determinado momento a fin de medir la percepción de la calidad con respecto al servicio. La población y la muestra estuvo compuesta por cincuenta (50) usuarios de la empresa. Se logró concluir que, la calidad de servicio que ofrece la empresa en el 2018 fue considerada como buena alcanzando un nivel de aceptación del 93.7%. Además, se pudo identificar que se deberían mejorar ciertos aspectos relacionados a capacitación, comunicación y seguridad.

Salvador (2017) en su investigación titulada “Propuesta de mejora de la calidad del servicio en una empresa de pastelería & catering” en Lima. Tuvo como objetivo general proponer que se implemente un plan de mejorar de la calidad del servicio en la empresa de estudio. El enfoque de investigación fue de tipo mixta, proyectista y un diseño no experimental. La población está conformada por 2450 habitantes pertenecientes a la urbanización Dominicos. Luego de aplicar la fórmula correspondiente se obtuvo como resultado de la muestra un total de 332. El autor por ende pudo concluir que evidencia una falta de conocimiento por parte del personal, lo cual genera que el nivel de satisfacción por parte de los clientes sea ineficiente. Por otra parte, la empresa carece de documentación necesaria la cual sirva como base para todo aquel colaborador que ingrese a la empresa, en el

que debe detallarse los diversos procedimientos para llevar a cabo una determinada tarea.

Solís (2017) en su investigación “Mejora de la Calidad de servicio en una empresa de alimentos” tuvo como objetivo general proponer la elaboración de un plan de mejora en calidad de servicio en dicha empresa de estudio antes mencionada. Se empleó una investigación holística y mixta debido a que la recopilación de información se encuentra vinculada a datos tanto cualitativo como cuantitativos. El diseño de investigación es transversal, no experimental. La población estuvo conformada por los clientes fieles que acuden al restaurante, mientras que la muestra resultó ser un total de 30 clientes. En dicha investigación se pudo concluir qué, luego de haber aplicado las encuestas se pudo determinar que la calidad de servicio en el restaurante era regular. Con la propuesta se logró llegar a un 90% del nivel óptimo. Resultó importante programar un taller de capacitación el cual permitió que se desarrollen nuevas habilidades orientadas a una mejora adaptación tanto personal como social y sobre todo una mejor atención a los clientes y lograr tener una mejor actitud empática, de tal forma que se pueda reconocer al cliente como aquel factor principal en una atención personalizada.

Molero (2017) en su investigación titulada “Propuesta de plan de mejora continua para la calidad de servicio al usuario en la Unidad de Gestión Educativa Local Santa” en Ancash. Tuvo como objetivo principal determinar cuál es el nivel de calidad de servicio al usuario en la entidad de estudio. El diseño de investigación fue de tipo descriptivo – simple, ya que sólo se procedió a describir el estado actual de la variable dependiente. Por otro lado, la población estuvo conformada por los usuarios que acudieron a la entidad, los cuales fueron un total de 180 usuarios. Por ende, la muestra resultó ser un total de 53 usuarios a ser encuestados respectivamente. Se pudo concluir que la calidad de servicio en relación a la dimensión fiabilidad refleja ser en un nivel bajo con el 87%, un nivel medio con 13% y nivel alto no posee. En cuanto a la dimensión de tangibilidad que muestra la infraestructura se ubica según los encuestados en un nivel bajo con un 83% y en un nivel medio con un 17%. En relación a la dimensión capacidad de respuesta, el nivel de calidad alcanzado por la empresa se encuentra en un

nivel bajo con el 72%, nivel medio con 28% y carece de un nivel alto. En lo que respecta al nivel de calidad en su dimensión seguridad, ésta resulta ubicarse en un nivel bajo con un 83% y un nivel bajo con un 17%. Por último, se llegó a identificar que el nivel de calidad de servicio en relación a la dimensión empatía que posee la Unidad de Gestión Educativa se ubica en un nivel bajo obteniendo un 85% y en un nivel medio con un 15%.

García y Maldonado (2018) en su tesis “Diagnóstico de la calidad de servicio que ofrece la Municipalidad Provincial de Jaén”. Tuvo como objetivo general describir la calidad de servicio que viene ofreciendo dicha Municipalidad. La investigación fue de tipo descriptiva, bajo un diseño no experimental con un corte transeccional. La población estuvo conformada por los usuarios que asistieron de manera semanal a dicha municipalidad, los cuales ascienden a un total de 280 usuarios. Para la muestra se seleccionaron al azar a 20 usuarios que asistieron a dicha entidad. Los autores lograron concluir que, la dimensión relacionada a la interacción personal logró alcanzar un 35% el nivel muy malo, un 40% en nivel malo y un 25% en lo que respecta a nivel regular, lo cual se traduce en que se debe trabajar de manera urgente en dicho aspecto. Por otro lado, la dimensión asociada a la capacidad de respuesta alcanzó en el nivel muy malo un 65%, mientras que en el nivel malo y regular obtuvo un 15% respectivamente.

Gutiérrez y Navarro (2018) en su tesis “Relación entre Satisfacción del Usuario y Calidad de Servicio en los Servidores de la Municipalidad de Santa Rosa” en Jaén. Tuvo como objetivo principal determinar la relación entre ambas variables de estudio como: satisfacción del usuario y calidad de servicio. El diseño de dicha investigación fue descriptivo – correlacional. La población fue conformada por todos los electores debidamente registrados por dicho municipio distrital, siendo un total de 8214. La muestra resultó ser un total de 95 pobladores. Se pudo concluir que, en cuanto a la variable calidad de servicio 45.3% de los encuestados consideran que se encuentra en un nivel regular, un 23.2% manifiestan que es buena, mientras que 31.6% sostiene que es mala. Al relaciona la dimensión humana con la variable de calidad de servicio se obtuvo bajo la correlación de Pearson un coeficiente de 0.870. La dimensión técnica – científica con calidad de servicio obtuvieron un coeficiente de 0.922, lo cual indica que existe una

correlación de tipo positiva sumamente fuerte. Y, por último, al relacionar tanto la variable satisfacción del usuario con calidad de servicio se obtuvo una correlación de Pearson de 0.905, lo cual se traduce en que existe una correlación positiva muy fuerte entre ambas variables.

Prieto (2017) en su tesis “Plan de mejora para elevar la satisfacción del servicio a los clientes en las áreas de la Municipalidad Provincial de Jaén”. Tuvo como principal objetivo determinar cómo es que logra influir un plan de mejora para elevar el nivel de satisfacción del servicio en las áreas de dicha entidad. El tipo de investigación fue aplicada teniendo en cuenta su naturaleza, mientras que según el tiempo en que se utiliza es de tipo sincrónica, mientras que, según la naturaleza de la información que se pretendió recolectar es de carácter cuantitativa. El diseño de investigación empleado fue pre experimental. La población la conformaron 331 usuarios pertenecientes a las diversas gerencias de dicha municipalidad. La muestra resultó ser un total de 100 usuarios los que formaron parte para el estudio correspondiente. El autor pudo concluir que, con la aplicación del plan de mejora se logró obtener resultados los siguientes: la dimensión relacionada a servicios públicos logró alcanzar un nivel de satisfacción alta con un 58%, por otro lado, la dimensión sobre inclusión social y desarrollo alcanzó un 39%, mientras que administración tributaria alcanzó un 25%.

Mestanza (2016) en su tesis “Satisfacción del cliente y su influencia en la calidad de servicio de la CMAC PIURA SAC” en Jaén. Tuvo como objetivo general realizar un análisis de la relación existente entre ambas variables de estudio. La investigación se basó en un estudio de tipo descriptivo, bajo un diseño no experimental, y transversal – correlacional. La población tomada en cuenta para la investigación fue un total de 386 clientes registrados desde el año 2014 al 2016. Por ende, la muestra fue calculada haciendo uso de la fórmula correspondiendo dando una cifra de 57 clientes. El autor pudo concluir que, existe una relación de tipo lineal altamente significativa entre lo que es calidad de servicio y satisfacción del cliente, eso debido a que se obtuvo un valor de 0.985 según la correlación de Pearson. Por otro lado, en base a dichos datos es que se determinó mejorar la satisfacción del cliente a través de la reducción de tiempos de espera, ofreciendo

un mejor trato y sobre todo brindar información que sea oportuna en todo momento.

Castillo (2016) en su tesis “Satisfacción Laboral y su relación con la calidad de servicio al cliente de la empresa Textiles y Costuras SAC” en Jaén. Tuvo como objetivo determinar si existe algún tipo de relación entre dichas variables de estudio. Se utilizó como diseño de investigación el tipo descriptivo - correlacional. La población estuvo conformada por todos los clientes externos, los cuales resultaron ser un total de 1800 clientes, dando una muestra de 317 clientes quienes deberían ser encuestados. El autor concluyó qué, luego de utilizar el método Pearson se obtuvo como resultado 0.987, el cual indica que existe una relación de tipo positiva entre ambas variables. En otras palabras, si existe un mayor nivel de satisfacción laboral existirá lógicamente un mayor nivel de calidad de servicio o también, si los colaboradores de la empresa se muestran satisfechos lograrán brindar una mejor calidad de servicio a los clientes.

1.2. Bases teóricas

1.2.1. Plan de mejora

1.2.1.1. Teorías relacionadas al tema

Según Velásquez (2002) menciona a las principales teorías relacionadas al plan de mejora, las cuales se presentan a continuación:

La Escuela Clásica de la Administración

Autores: Frederick Taylor y Henry Fayol

Esta escuela, busca que la entidad sea entendida como una disposición de partes, los cuales debes relacionarse y es aplicado a entidades formales. Se inicia con el estudio de la entidad que debe estar caracterizada por una división del trabajo lo cual corresponde a cada una de las partes que lo componen, para ello de existir coordinación la cual permita trabajar en armonía y se alcance la eficiencia de la entidad. Así también los autores toman en cuenta los siguientes puntos:

- Incrementar la eficiencia organizacional
- Eficiencia de la entidad a través de la forma y disposición de los órganos que está compuesta la entidad y sus interrelaciones estructurales.
- La entidad debe funcionar como una máquina, ya que el trabajo debe estar dividido en base al sistema.
- Se le debe proporcionar a los trabajadores parámetros e instrucciones de cómo realizar su trabajo y obtener buenos resultados.
- La entidad debe crear condiciones que ayuden a los trabajadores, así como la remuneración, la igualdad, el espíritu de equipo y la estabilidad.

Esta escuela tuvo como fin dar respuesta a los problemas que tienen las entidades respecto a la eficiencia organizacional y la productividad. Además de ello es muy clara en cuanto a la motivación de los trabajadores la cual viene a ser también la económica.

La Escuela de las Relaciones Humanas y del Comportamiento

Autores: Abraham Maslow, Frederick Herzberg, Douglas McGregor, Kurt Lewin, Warren Bennis y Edgar Schein

Esta escuela tuvo como finalidad conciliar y armonizar dos funciones básicas de la entidad, en la que se menciona a la función económica, a la producción de bienes y los servicios los cuales garantizan el equilibrio y la función para brindar satisfacción a los que la conforman. Las conceptualizaciones de las características del hombre se mencionan a continuación:

- El hombre es un ser social y debe satisfacer sus necesidades
- Es un ser apto, que tiene capacidad para organizarse
- Tiene capacidad de comunicación
- Es un ser con aptitud para el aprendizaje
- Se caracteriza por un patrón dual de comportamiento y ayuda o compite con los demás.

Esta escuela se centró en las entidades informales, buscando dar respuesta a los problemas que se presentan muchas veces en la productividad y la eficiencia en

la organización. Además, contribuye la psicología, la sociología y la suposición de que el hombre es un ser social.

Escuela Holística de la Administración

Autor: Peter Drucker

Esta escuela aprovecha la contribución de las demás escuelas administrativas, asimismo se describen las principales características de esta teoría:

- **Énfasis en la práctica administrativa:** esta es válida cuando se emplea en la práctica.
- **Reafirmación relativa de los postulados clásicos:** se retoma la mayor parte del material que se desarrolló en la teoría clásica, considerando nuevas dimensiones.
- **Énfasis en los principios generales de la administración:** se retoman los principios de la administración buscando dar soluciones administrativas. En ello también se tiene en cuenta los principios generales de como se debe planear, organizar, dirigir y controlar.
- **Énfasis en los objetivos y en los resultados:** las entidades existen para alcanzar objetivos y obtener buenos resultados a través de la producción, dado que los objetivos justifican la existencia de una entidad.
- **El eclecticismo de la teoría neoclásica:** es considerada como una teoría clásica que está actualizada con los conceptos de la administración moderna, que representa la formación del administrador actual.
- **La administración como técnica social:** las entidades tienen una misma dimensión administrativa, para ello existen tres aspectos importantes que son, los objetivos, en donde la entidad es presentada realizando tarea social, también se tiene la administración, en donde cada entidad tiene sus propios objetivos que contribuyen a la administración, finalmente el desempeño, en donde cada trabajador realiza, decide y planea.

Se caracteriza por ser ecléctica, además en cuanto al concepto del hombre, este es percibido como un ser complejo, al cual se le debe satisfacer necesidades fisiológicas, sociales, psicológicas y trascendentales.

2.2.1.2. Definición de plan de mejora

Según La Infraestructura Colombiana de Datos Espaciales (ICDE, 2016) plan de es aquel documento físico en el cual se especifican tanto los procedimientos como los recursos asociados los cuales deben aplicarse, contiene además el quien debe aplicarlos y cuando se debe aplicar ya sea a un proyecto, servicio, proceso o contrato en específico. En otras palabras, un plan de mejora puede ser definido como aquel conjunto compuesto por una serie de acciones debidamente programadas consideradas para poder lograr un incremento notorio en la calidad y, por ende, un mejor rendimiento de los resultados de una empresa.

Por su parte, Landa (1976) conceptualiza el vocablo plan como aquel conjunto debidamente organizado tanto de criterios, metas, directivas e incluso disposiciones. Menciona además que, un plan debe contener como mínimo: lineamientos, análisis situacional, estrategias de acción, asignación de recursos y medios que permitan poder alcanzar las metas u objetivos planteados. Un plan como tal se materializa en un documento, en el cual se logra expresar una serie de acciones concretas y tiene como objetivo alcanzar determinados propósitos. Algunas de las preguntas que suelen utilizarse para elaborar un plan son las siguientes: a. ¿Qué quiero?, b. ¿En qué tiempo?, c. ¿A quién me dirijo?, d. ¿Cómo lo realizaré?, d. ¿Qué tipo de alcance tendrá?

Mientras que El Ministerio Nacional de Educación (MINEDU, 2017) considera que, un plan de mejora resulta ser un buen instrumento, el cual permite la identificación y organización de las posibles respuestas de cambio para combatir contra aquellas debilidades encontradas en una autoevaluación institucional de cualquier empresa. Recomienda además que, para identificar y priorizar de manera adecuada se deben escoger aquellos problemas que tengan alguna solución y evitar confundirlos con aquellos que se deben a factores externos, con los cuales será sumamente difícil poder incidir. Si bien es cierto, las empresas padecen de una serie de problemas, sin embargo, al momento de establecer acciones de cambio se deben tomar en cuenta aquellos que posean un mayor nivel de incidencia, influencia o posibilidad de ser ejecutados. De esta manera, se concentran todos los esfuerzos en solucionar aquellos problemas según el orden de priorización.

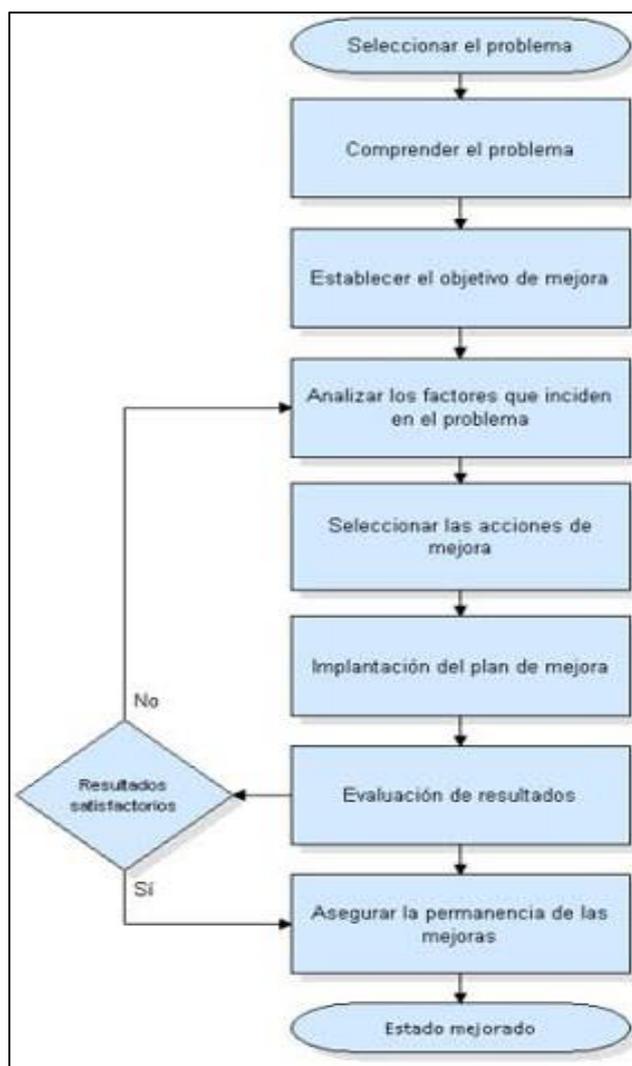


Figura 2: Proceso de un plan de mejora.
Fuente: MINEDU (2017)

2.2.1.2. Características de un plan

Según Zorita (2015) un plan debe poseer ciertas características, entre las que menciona las siguientes:

a. Eficaz

Hace referencia en que un plan debe contener ni más ni menos, es decir, debe contener toda aquella información que sea necesaria y les sea de utilidad a los dueños u administradores de una empresa. Además, de contener todas aquellas implicancias que suponen la puesta en marcha de dicho plan, tal como lo señala (Zorita, 2015).

b. Estructurado

Un plan debe poseer una estructura tanto simple como clara, la cual permita poder seguirlo de manera fácil, según (Zorita, 2015).

c. Comprensible

Debe estar redactado con claridad, haciendo uso de un vocabulario adecuado y preciso a la vez, evitando ya sean jergas o en otros casos conceptos muy técnicos los cuales puedan dificultar el entendimiento de dicho documento. Es pocas palabras, debe ser fácil de leer. Tal como menciona (Zorita, 2015).

2.2.1.3. Herramientas de mejora continua

a. Dimensiones de la mejora continua

Según menciona Álvarez (2006) muchas de las empresas suelen realizar sus actividades mediante el Ciclo PDCA o conocido también como Ciclo de Deming, en el cual cada una de las letras posee un concepto específico como se describe a continuación:

- **P (Planificación):** En esta fase se debe procurar recopilar u obtener toda aquella información necesaria y posible que sea. Es importante procesar dicha información o datos mediante una contrastación como tal. Luego, se debe pensar que es lo que se pretende realizar a partir de la información obtenida, cómo se realizará y así poder tomar la decisión más acertada posible (Álvarez, 2006).
- **D (Desarrollo):** Consiste en poner en marcha todo aquello que se decidió y realizarlo tal cual se ha planificado y decidido, a fin de conseguir los resultados esperados (Álvarez, 2006).
- **C (Control):** Es importante considerar ciertas herramientas a fin de medir si se realizó lo planificado, que lo planteado sea lo que fue previsto en la etapa de planificación, y que se ha prestado todos los servicios necesarios para

dar respuesta a lo requerido y, por ende, lograr que los clientes se muestren satisfechos con la calidad de servicio brindada (Álvarez, 2006).

- **A (Análisis):** Tomando como base los resultados obtenidos en la base control se deben realizar los ajustes convenientes de ser necesarios, para seguir alcanzando una mejora constantemente (Álvarez, 2006).



Figura 3: Ciclo de Deming o Ciclo PDCA
Fuente: Álvarez (2006)

b. Otras herramientas de mejora continua

- **Los 5 porqués.**

Este método plantea revisar las posibles causas que originan cierta falla. Por intermedio de una serie de interrogantes, se traza el objetivo de detectar el origen de dicho problema y sacar posibles conclusiones de manera oportuna (Álvarez, 2006).

- **Estratificación**

Esta herramienta divide toda la información por medio de niveles. En el preciso momento en que se logra detectar un problema, se procede a seleccionar aquellos datos relevantes haciendo uso de ciertos criterios.

Esta herramienta permite priorizar e identificar aquellas desviaciones que requieren una pronta intervención, según (Álvarez, 2006).

- **Lean Manufacturing**

Dicho método pone mayor énfasis sobre las necesidades que posee el consumidor o cliente. Se centra en determinar qué es lo que destinatario desea y en función a ella despliega ciertos recursos que permitan reducir los costos. Se agilice el tema de respuestas y por ende, se logre optimizar el ciclo de trabajo. Su finalidad es lograr la eliminación de la mayor cantidad de obstáculos, tal como señala (Álvarez, 2006).

- **Análisis de valor.**

Se centra en aumentar el valor añadido de un producto o servicio, además de la búsqueda de diversas opciones que permitan poder reducir costes. Dicho modelo indaga aquellas opciones de llevar a cabo las mismas acciones planteadas, pero a precios menores, tal como menciona (Álvarez, 2006).

1.2.2. Calidad de servicio

1.2.2.1. Teorías relacionadas al tema

Según Vargas y Aldana (2014), mencionan las principales teorías de la calidad y el servicio las cuales se muestran a continuación:

Escuela Clásica: Dirección científica de la empresa

Autor: Fredrick Taylory Henri Farol

El enfoque de esta escuela se centra en la mejora de métodos de trabajo, que están apoyados por principios técnicos organizativos, por ello que Taylor se preocupa por la eficiencia de las personas, el estudio y el aprovechamiento de los recursos y de los movimientos en el lugar que laboran. Asimismo aporta que:

- Se debe establecer los objetivos de la empresa para que se tenga la idea clara.

- Describir las condiciones del ambiente del trabajo, ya que ello influye en el rendimiento del trabajador y en la mejora de la productividad.
- Trabajar en equipo mediante los principios de la empresa.
- Proponer un método de control, es decir la supervisión.

Por lo mencionado anteriormente se afirma que Taylor buscaba la ciencia en lugar del empirismo, la armonía en lugar de la discordia, seguido de la cooperación en lugar del individualismo y la buena productividad en lugar de la limitación. Esta escuela dejó huella en los componentes de la calidad, el servicio y la calidad del servicio, respecto a la creación de herramientas de control administrativo y la organización de trabajos operativos.

Escuela de las relaciones Humanas

Autor: Elton Mayo y Fritz Roethlisberg

Esta escuela aparece después que muere Taylor, se realizaron muchos análisis por ello concluyeron que otros factores, incluyendo al ambiente físico afectaban a la productividad del colaborador. Esta escuela aporta lo siguiente:

- El comportamiento de los trabajadores es influido por el grupo social al cual pertenecen.
- Descubrió nuevos factores afectantes a la motivación del que labora, muy aparte de lo económicos.
- Se logró identificar dos tipos de organizaciones, la formal que es representada por los organigramas comunicados y presentados a los colaboradores y la informal, que es descubierta como organización de tipo afectiva y espontánea, la cual influye las relaciones de liderazgo. Con este enfoque mencionado se da paso a la investigación sociológica y psicológica, en la que se tiene cuenta la teoría de la motivación, el liderazgo en la entidad y el estudio de las organizaciones que no son formales.

Esta escuela de relaciones humanas ha contribuido positivamente en la calidad y el servicio, así como el nivel de análisis, la investigación de áreas nuevas de gestión organizativa y también de gestión informal, por otro lado

está la identificación de las necesidades y lo que se puede obtener del cliente, es decir sus expectativas. Dio paso a la calidad subjetiva, que se define como “En la calidad del servicio es fundamental el trabajo en equipo, con fundamento en la confianza para crear una cultura organizacional de servicio”.

Escuela burocrática

Autor: Max Weber

Esta escuela está clasificada como sistema racional y cerrado, respecto a las organizaciones. Se menciona que Weber la describió como una organización genérica ideal que la llamó como “burocracia”, tiene como características lo siguiente:

- Normas y procedimientos que ajustan el trabajo y las relaciones internas. Dichas reglas hacen más fácil la estandarización de los procesos y la toma de decisiones.
- La selección del trabajador, se basa en la formación y el rendimiento que este posee, los cuales deben tener el perfil que requiere la organización.
- La separación de propietarios y administradores como una hipótesis de trabajo.
- Los puestos de trabajo son controlados por un supervisor, el cual tiene un rango más alto que el supervisado y se basa en normas explícitas.

Mencionadas las características anteriores, existen influencias para el sector terciario, las cuales son la racionalización de las organizaciones, la precisión en la definición de las tareas, las funciones, las responsabilidades, la normalización la estandarización y la reducción de errores al seguir dichas reglas y procedimientos, que van a permitir el establecimiento de bases para controlar la calidad en el servicio, también va a ayudar a reducir los problemas internos, va a aportar seguridad en la organización, se facilita el obtener beneficios a través de la experiencia y se reduce grado alto de experiencia.

Escuela Neoclásica

Autor: Alvin Brown, Ernest Dale, Peter Drucker, William Newman y Henry Mintzberg

Esta escuela tiene como aportes la idrección de objetivos, que se define como una técnica de gestión, que viene a controlar las actividades y se pueda tomar decisiones dentro de la empresa. Asi otros aspectos que tienen relevancia es la descentralización y el control por excepción, que ha facilitado el gran crecimiento de las mutinacionales. La escuela se centra en lo siguiente:

- Máximo beneficio
- Descentralización
- Dirección de objetivos
- Control por excepción
- Motivación a través de la competitividad
- Categorías de roles gerenciales

La entidades que brindan servicio, se dan todos los aspectos relevantes y lo que aporta esta escuela.

1.2.2.2. Definición de calidad

La calidad es el nivel de excelencia que una organización asigna a la satisfacción de sus clientes, por lo que debe considerar los tiempos y los atributos que son valorados por los clientes, a fin de calzar a medida con las necesidades y requerimientos de los clientes, tal como señala (Equipo Vértice, 2010).

Según Vargas y Aldana (2015), la calidad es aquella búsqueda de manera permanente de la perfección en los servicios, en los productos y en los mismos seres humanos. Por lo tanto, se necesita de responsabilidad, participación, perfección y espíritu de servicio.

1.2.2.3. Calidad en el servicio

Según Gutiérrez (2004) la calidad en el servicio implica como tal un cambio tanto de mentalidad como de actitudes, requiere de ejercer distintos valores que perduren, pero también es necesario establecer compromiso para con la sociedad. Es decir, la calidad en el servicio requiere que los colaboradores de una empresa posean más capacidad, dedicación personal y también capacitación. Es decir, en la calidad en el servicio aquel factor más importante resultan ser las actitudes que desarrolla el personal al momento de la atención, el cual debería canalizar todo su esfuerzo para así lograr la calidad de atención establecida por la organización.

Por su parte, Leovigildo (2018) considera que la calidad en el servicio se define como la diferencia entre aquellas percepciones reales por parte de los usuarios de un servicio y las expectativas que sobre este se había formado de manera previa.

1.2.2.4. Modelo SERVPERF

Rubio y De Lucas (2019) mencionan que un modelo contrario a la medición de la calidad de servicio calculando la diferencia existente entre expectativas y percepciones destaca la principal aportación realizada por Cronin y Taylor en el año 1992 con su modelo conocido como SERVPERF. Dicho modelo visto desde un punto técnico se encuentra conformado tanto por las mismas dimensiones como ítems que forman parte del modelo SERVQUAL. Sin embargo, la única diferencia existente es que en el modelo SERVPERF se deja de lado el tema relacionado con las expectativas.

Una de sus principales ventajas que posee el modelo SERVPERF es que existe una mayor simplicidad de cumplimiento para los encuestados, esto se debe a que se elimina la mitad del número de ítems, lo cual genera que exista un menor nivel de cansancio y por ende mayor precisión en las distintas respuestas proporcionadas.

1.2.2.5. Dimensiones de la calidad de servicio

Según Rubio y De Lucas (2019) el modelo SERVPERF se centra en la recolección de datos, tomando como referencia todas las opiniones que poseen los clientes acerca de un bien o servicio. Para realizar dicha recolección de información se suele emplear un cuestionario, el cual consta de 22 ítem, los cuales suelen verse fuertemente identificados con los siguientes aspectos:

- a. Elementos tangibles:** Los elementos tangibles según Rubio y De Lucas (2019) es todo aquello que un cliente logra percibir como tangibles del servicio, y tiene mucho que ver con:
 - Estado de las instalaciones físicas.
 - Materiales y documentos de apoyo al servicio.
 - Apariencia que reflejan los colaboradores.
 - Equipos utilizados para la prestación de servicio.

- b. Fiabilidad:** Según Rubio y De Lucas (2019) se relación con aquella habilidad de prestar el servicio de forma precisa desde un inicio. El servicio se debe ofrecer de manera confiable y cuidadosamente. Entonces, tiene que ver con lo siguiente:
 - Realizar las cosas bien desde el principio.
 - El servicio se presta en el tiempo especificado.
 - Mantener la promesa del servicio.

- c. Capacidad de respuesta:** Rubio y De Lucas (2019) indica que se asocia con el deseo que posee la empresa en ofrecer cierta ayuda a sus diferentes clientes y así poder servirles de forma rápida y oportuna.

- d. Seguridad:** Hace referencia en que debe existir algún tipo de conocimiento adecuado con relación al servicio que se pretende ofrecer. Es mucho más que la cortesía que pueden ofrecer los colaboradores junto con su habilidad de transmitir confianza al cliente, tal como indica (Rubio y De Lucas, 2019).

e. Empatía: Rubio y De Lucas (2019) menciona que se refleja cuando una empresa logra de alguna manera ponerse en el lugar de sus clientes, prestando una atención de manera individual a cada uno de ellos. Se suele manifestar en las siguientes características:

- Compromiso con el cliente.
- Cortesía.
- Trato con respeto hacia el cliente.
- Interés por dar solución a los problemas existentes.

Por su parte, para López y Cabo (2014) el modelo SERVPERF surge como resultado a las múltiples críticas que generó la veracidad y validez de la herramienta SERVQUAL. Luego de realizar un análisis tanto de las fortalezas como debilidades que poseía el modelo SERVQUAL, es que Cronin y Taylor logran proponer un modelo alternativo, llamado SERVPERF, el cual sólo se basaba en las percepciones que poseen los consumidores en relación al rendimiento del servicio que recibieron. El instrumento SERVPERF ofrece una puntuación de tipo acumulada de la calidad de un servicio en términos generales.

ÍTEM	ASPECTO VALORADO	DIMENSIÓN
1	Equipamiento de aspecto moderno	Elementos tangibles
2	Instalaciones físicas visualmente atractivas	
3	Apariencia pulcra de los colaboradores	
4	Elementos tangibles atractivos	
5	Cumplimiento de promesas	Fiabilidad
6	Interés en la resolución de problemas	
7	Realizar el servicio a la primera	
8	Concluir en el plazo promedio	
9	No cometer errores	
10	Colaboradores comunicativos	Capacidad de respuesta
11	Colaboradores rápidos	
12	Colaboradores dispuestos a ayudar	
13	Colaboradores que responden	
14	Colaboradores que transmiten confianza	Seguridad
15	Cientes seguros con su proveedor	
16	Colaboradores amables	
17	Colaboradores bien informados	
18	Atención individualizada al cliente	Empatía
19	Horario conveniente	
20	Atención personalizada	
21	Preocupación por los intereses de los clientes	
22	Comprensión de las necesidades de los clientes	

Figura 4: Dimensiones del modelo SERVPERF
Fuente: Cronin y Taylor (1992).

1.3. Definición de términos básicos

- Abarrotes: Los abarroses son aquellas provisiones, abastos o vivires que son requeridas por los seres humanos para subsistir, según (Marketing4food.com, 2016).
- Calidad: La calidad es una estrategia de gestión que contribuye a las organizaciones en lograr cumplir su objetivo principal que es la satisfacción de necesidades de sus clientes en forma equilibrada, tal como específica (Escuela Europea de Excelencia, 2019)
- Clientes: Son aquellas personas o entidades que compran bienes o servicios que son ofrecidos por una empresa (Economipedia.com, 2019)

- Plan de mejora: Es la agrupación de actividades a fin de lograr incrementar la calidad y el rendimiento de los resultados de una empresa, según (Aiteco.com, 2019)
- Servicio al cliente: Son aquellas actividades, estrategias o procesos que están dirigidos a lograr satisfacer las necesidades de los clientes o usuarios de un determinado producto o servicio, tal como especifica (Corrales, 2019)

CAPITULO II. HIPÓTESIS Y VARIABLES

1.1. Hipótesis de investigación

1.1.1. Hipótesis general

La propuesta de un plan de mejora permitirá optimizar la calidad de servicio en la empresa Comercial Unión S.A.C – Sección Abarrotes.

1.1.2. Hipótesis específicas

- La calidad de servicio en la empresa Unión SAC es baja.
- El diseño de un plan de mejora contribuirá en optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión SAC.

1.2. Variables

1.2.1. Definición conceptual de la variable

Plan de mejora: Para La Infraestructura Colombiana de Datos Espaciales (ICDE, 2016) es aquel conjunto conformado por diversas acciones las cuales se encuentran debidamente programadas, las cuales son consideradas para alcanzar un incremento significativo en cuanto a calidad se trata, lo cual se ve reflejado en mejores resultados para una organización.

Calidad de servicio: Para Leovigildo (2018) la calidad de servicio implica que los colaboradores de una empresa posean un mayor nivel de capacidad, capacitación y por ende dedicación personal. Considera además un cambio tanto de actitudes como de mentalidad y establecer cierto compromiso para con la sociedad.

1.2.2. Definición operacional de la variable

- **Plan de mejora:** Identificación de las necesidades más urgentes de los clientes, que sean encontrar en un determinado servicio o producto, la cual será plasmada y medida por medio de la propuesta que se elaborará.
- **Calidad de servicio:** es la percepción que posee el consumidor final sobre una determinada marca u empresa. Con la finalidad de que

este prefiera dicha empresa por su servicio ofrecido antes que, a la competencia, se medirá a través de un cuestionario basado en el Modelo de SERVPERF.

1.2.3. Operacionalización de la variable

Tabla 1

Operacionalización de la variable Independiente

Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica e instrumento de recolección de datos
Plan de mejora	Planificar	Definir objetivos	Observación
		Elaborar un diagnóstico	
		Planificar cambios	
	Desarrollar	Ejecución de acciones planificadas	
	Controlar	Verificación de las acciones	
	Analizar	Identificación de inconvenientes o fallas	
		Soluciones o alternativas	

Fuente: elaboración propia

Tabla 2

Operacionalización variable dependiente

Variable	Dimensiones	Indicadores	Técnica e instrumento de recolección de datos
Calidad de servicio	Tangibilidad	Instalación física	Encuesta (cuestionario)
		Apariencia del personal	
		Elementos tangibles accesibles	
	Fiabilidad	Cumplimiento de promesa	
		Fiabilidad del servicio	
		Profesionalismo	
	Capacidad de respuesta	Tiempo de espera	
		Disponibilidad para resolver problemas	
	Seguridad	Seguridad interna	
		Colaboradores que transmiten confianza	
		Colaboradores bien informados	
	Empatía	Atención personalizada	
		Cortesía y amabilidad	
Preocupación por los intereses de los clientes			

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y nivel de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

El tipo de investigación empleado es descriptivo-propositivo, asimismo Hurtado (2015) menciona que este tipo de diseño se utiliza de alguna manera poder relatar lo que se encontró en el estudio, y en base a dichos hallazgos se elabora el plan o propuesta de intervención, pues se enfoca en mejorar los aspectos que lo requieran, plasmando actividades que respondan a los fenómenos o causas sociales.

3.1.2. Nivel de investigación

El nivel de investigación es descriptiva, en la cual se escriben situaciones y eventos, es decir el comportamiento de dichas variables. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

3.2. Método y diseño de Investigación

3.2.1. Método de investigación

En la presente investigación se empleó el método cuantitativo, pues consta de un conjunto de proceso, en el cual se sigue una secuencia lógica, además se utilizaron diversos instrumentos para la recolección de datos. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

3.2.2. Diseño de Investigación

Según la naturaleza de estudio su diseño es no experimental, debido a que no se realizará ningún tipo de manipulación en las variables, pues el trabajo del investigador se centra únicamente en la observación y registro de los fenómenos que se presentan en el contexto; de igual manera es de diseño transversal el cual indica que la recolección de los datos se realiza en un periodo establecido, en otras palabras, en un único momento.

El siguiente diagrama representa el diseño utilizado:



Donde:

M: La muestra de estudio

O: Información que se ha obtenido

P: Propuesta de investigación

3.3. Población y Muestra de la investigación

3.3.1. Población

Para determinar el tamaño de la población para nuestra investigación se tomó en cuenta un aproximado de la cantidad de clientes que adquieren sus productos en la empresa comercial Unión SAC durante un determinado mes. Dicha cantidad fue proporcionada por los propietarios de la empresa, dando un total de 750 clientes promedio mensuales.

3.3.2. Muestra

Para Hurtado (2015) la muestra es aquel subgrupo o pequeña parte que representa a una población. Para fines de la investigación la muestra se obtuvo utilizando la siguiente fórmula estadística:

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

Donde:

N: Es el tamaño de la población

K: Es el nivel de confianza. Por tanto, se pretende obtener un nivel de confianza del 95% = 1,96

e: Es el error muestral deseado 5%

p: Proporción de individuos que poseen en la población la característica de estudio. $p \cdot q = 0,5$

q: Proporción de individuos que no poseen esa característica, $1 - p$.

n: Tamaño de la muestra

$$n = \frac{1.96^2 * 750 * 0.5 * 0.5}{0.5^2(750 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{720,3}{2,83}$$

$$n = 254 \text{ clientes.}$$

3.4. Técnicas e instrumentos para la recolección de datos

Dentro de las técnicas que se utilizaron con la finalidad de recabar toda la información necesaria de la empresa para el presente estudio tenemos las siguientes:

3.4.1. Técnicas

La técnica que se empleó fue la encuesta, que según Garcés (2000) es una técnica que puede ser utilizada de manera escrita o verbal, para los cuales se suele utilizar diferentes instrumentos y se aplica a aquellas personas de quienes se espera obtener cierta información.

Por otra parte, Fernández (2014) considera que esta técnica posee un nivel elevado de utilización por las siguientes razones:

- a. Permite obtener información de fuentes primarias, concreta y sobre todo especializada en un tema.
- b. Resulta ser una técnica muy rápida, es decir, que se puede conseguir en poco tiempo un número de información o datos considerables.
- c. Es una de las técnicas que puede ser aplicada por cualquier tipo de persona, sin tener en cuenta sus características, ya sean estas de tipo sociales, culturales, etc.
- d. Es una técnica flexible, debido a que ofrece la posibilidad de poder combinar su aplicación con otras técnicas de investigación.

3.4.2. Instrumentos

El instrumento utilizado para la presente investigación fue el cuestionario el cual según Hernández et al (2014) consideran que dicho instrumento resulta ser un gran recurso el cual es empleado por el investigador para poder obtener toda la información que requiera. El cuestionario por lo general se encuentra conformado por un conjunto de preguntas, el cual es aplicado con la finalidad de poder medir ya sea una o más variables de estudio.

Es importante mencionar que se elaboró un plan de calidad en el servicio para mejorar la atención al cliente en la empresa Unión S.A.C, teniendo como base la información obtenida de los clientes, con el cual se procedió a diseñar y elaborar el plan de calidad.

3.5. Validez y confiabilidad del instrumento

La validez del instrumento se realizó por medio del criterio de juicio de expertos en donde profesionales con amplios conocimientos en el tema procedieron a la validación del contenido de cada ítem, brindando ciertas sugerencias para mejorar el instrumento.

Por otro lado, la confiabilidad se realizó mediante el Alfa de Cronbach. Pues según Bernal (2010) manifiesta que “la confiabilidad de un instrumento se refiere a la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas, cuando se las examina en distintas ocasiones”.

CONFIABILIDAD DEL TEST

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
,944	22

Fuente: Obtenido del análisis del Alfa de Cronbach

La medida de fiabilidad mediante el Alfa de Cronbach asume que los ítems de este test respecto a la calidad de servicio, contiene una confiabilidad en su dimensión consistencia interna de acuerdo al coeficiente Alfa de Cronbach de 0.944.

3.6. Plan de recolección y procesamiento de datos

Para el procedimiento y análisis de datos, se ejecutaron diversos pasos, los mismos que a continuación se especifican:

Primero se procedió a elaborar el instrumento a aplicar, luego se realizó la validación correspondiente a través de juicio de expertos, mientras que la confiabilidad se obtuvo mediante un análisis estadístico. Posteriormente se procedió a aplicar el cuestionario.

Se procedió al llenado de los datos en una base, el cual fue en el Software Microsoft Excel para realizar posteriormente el análisis de los resultados, a través del procesamiento de los datos obtenidos, dicho programa nos permitió poder generar tanto tablas como gráficos los cuales ayudan a mejorar la comprensión de los resultados que se mostrarán, siendo de mucha ayuda para la elaboración del plan de calidad, ya que conociendo las necesidades más urgentes de los clientes, se elaborarán las mejoras para lograr una adecuada atención al cliente.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS

4.1. Resultados en tablas y figuras de la encuesta

- **Diagnosticar la situación actual de la empresa Unión S.A.C en cuanto a calidad de servicio.**

Tabla 3

La empresa Unión SAC posee equipos de apariencia moderna.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	16	8%
De acuerdo	90	45%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	59	30%
En desacuerdo	22	11%
Totalmente en desacuerdo	13	7%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

La empresa Unión SAC posee equipos de apariencia moderna.

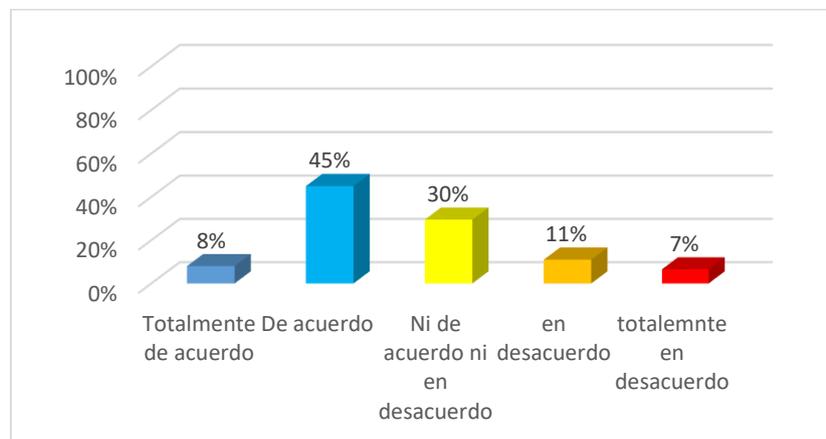


Figura 5. Se observa en la figura que el 45% muestra estar de acuerdo respecto a si la empresa Unión SAC posee equipos de apariencia moderna, seguido del 30% que muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo, como también un 11% estuvo en desacuerdo, seguido del 8% que sí estuvo totalmente de acuerdo y finalmente un 7% estuvo totalmente en desacuerdo.

Tabla 4

Las instalaciones físicas de Unión SAC son cómodas y visualmente atractivas.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	26	13%
De acuerdo	93	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	55	28%
En desacuerdo	19	10%
Totalmente en desacuerdo	7	4%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

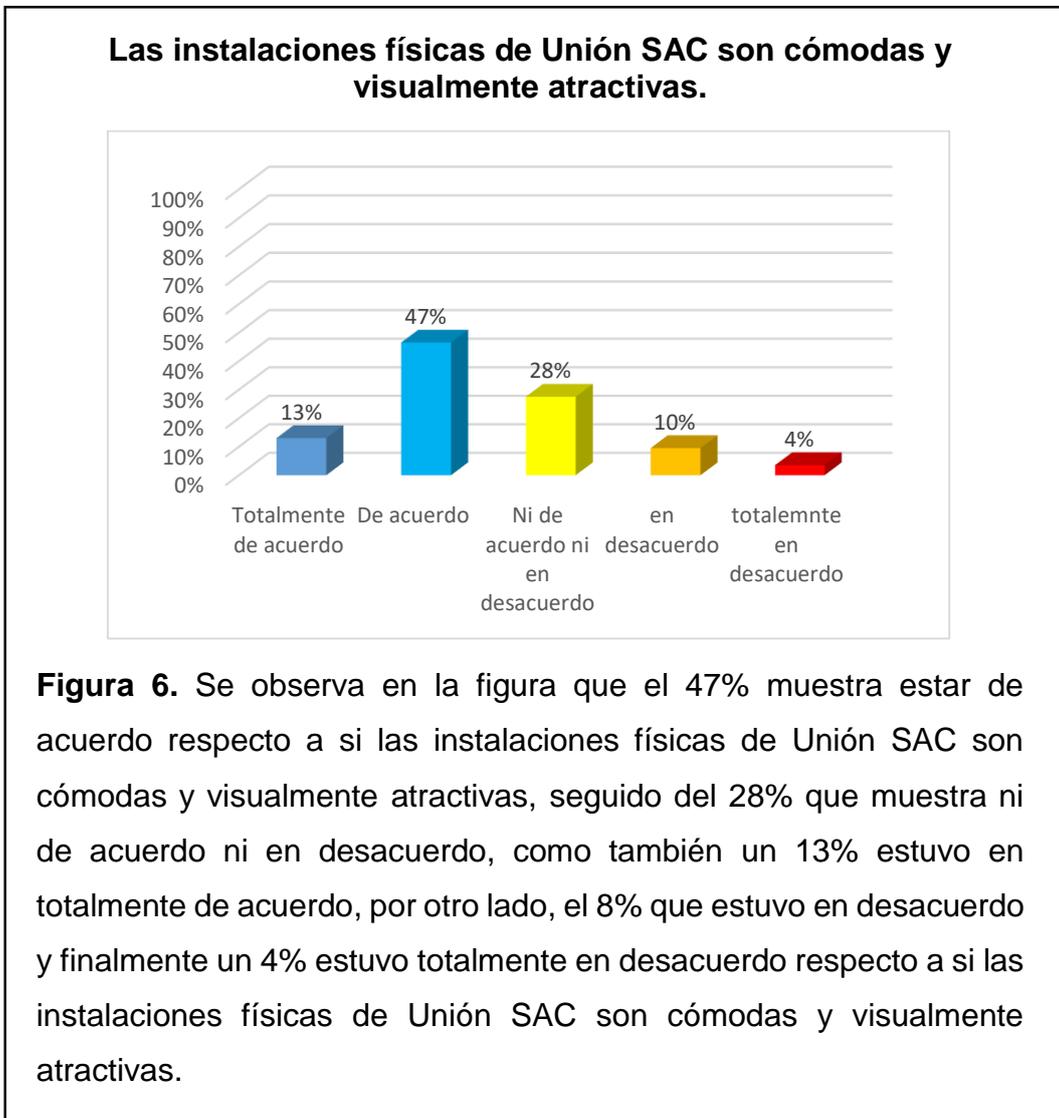


Tabla 5

Los empleados de Unión SAC muestran una apariencia adecuada

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	30	15%
De acuerdo	98	49%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	55	28%
En desacuerdo	13	7%
Totalmente en desacuerdo	4	2%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

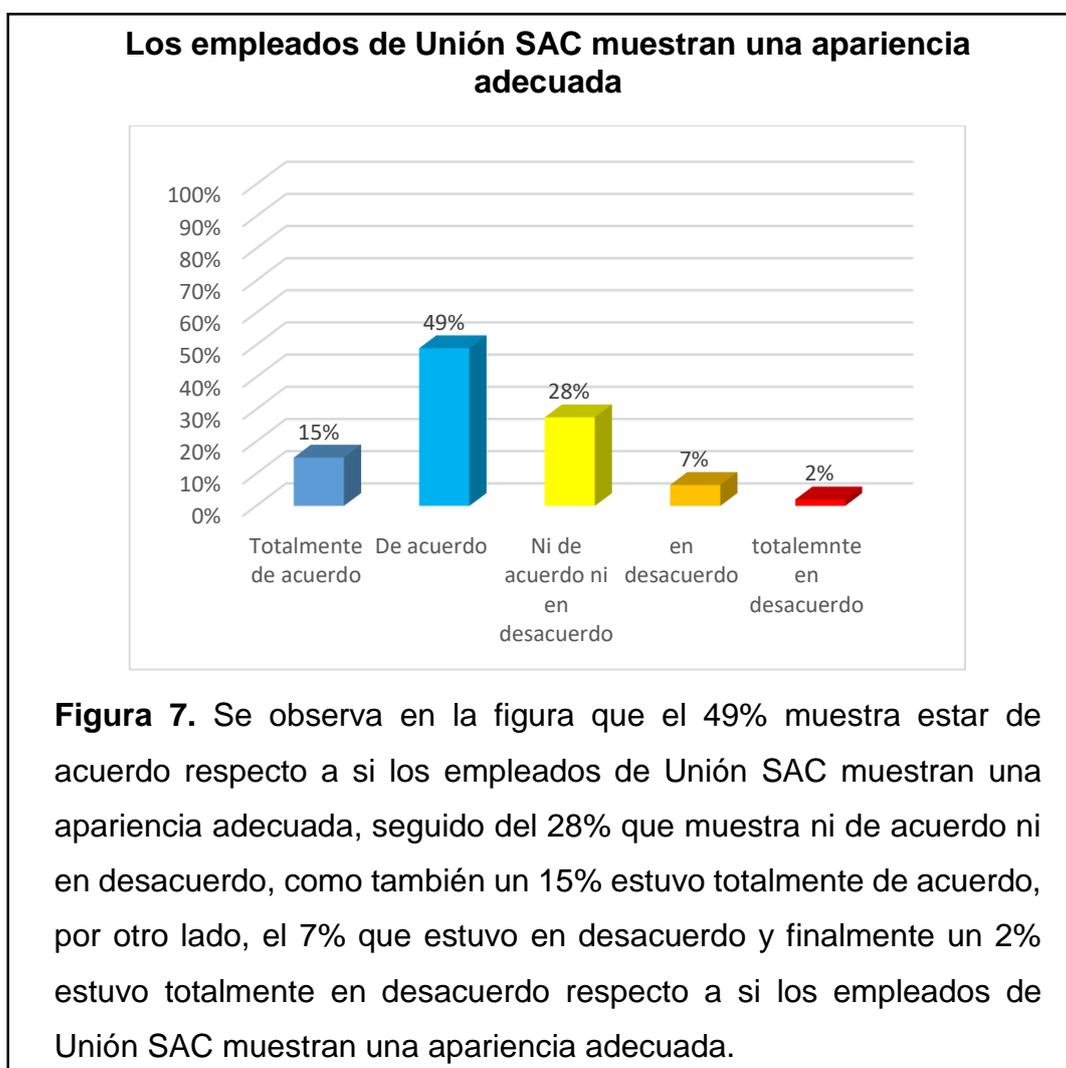


Tabla 6

Los productos que ofrece la empresa Unión SAC son visualmente observables.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	43	22%
De acuerdo	107	54%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	38	19%
En desacuerdo	10	5%
Totalmente en desacuerdo	2	1%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

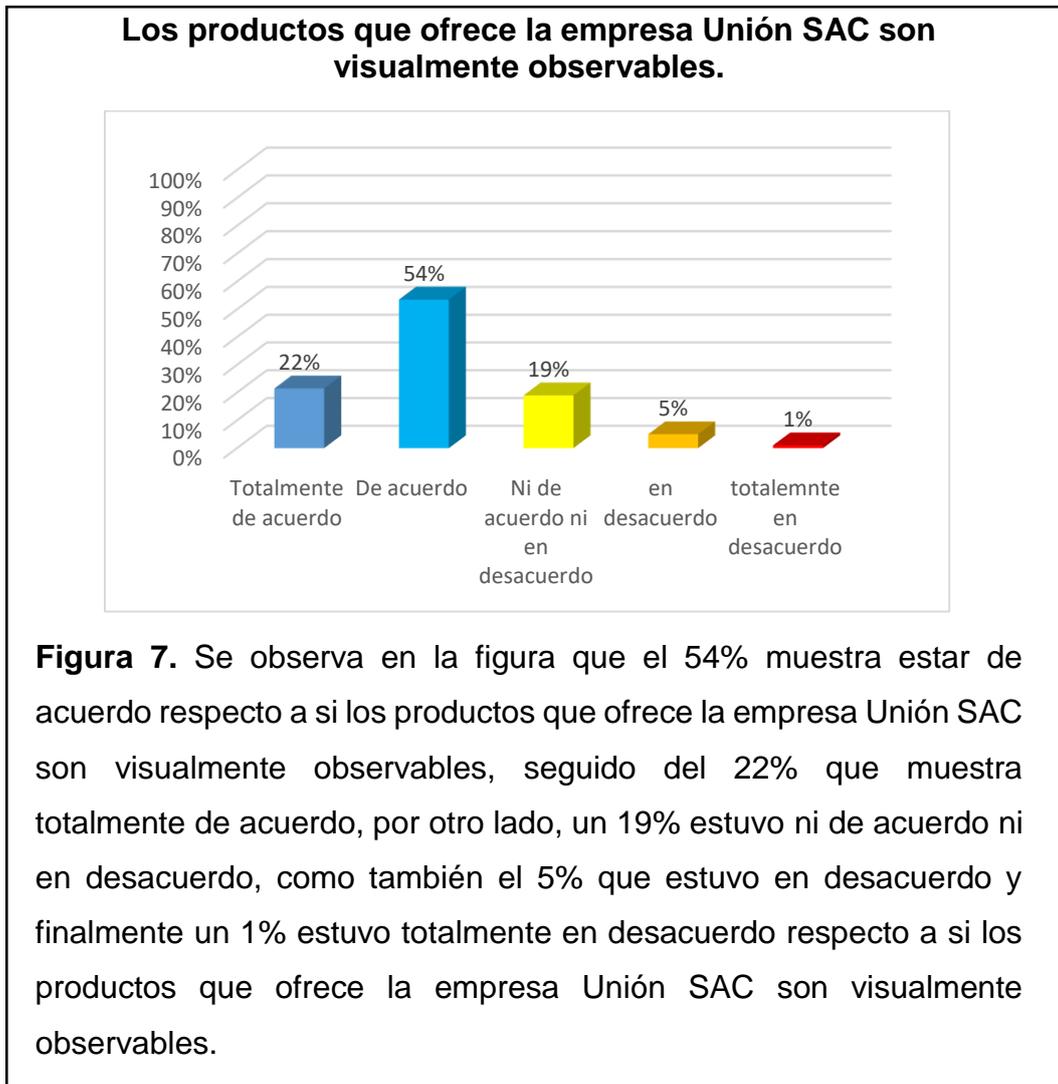


Tabla 7

Cuando en Unión SAC prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	23	12%
De acuerdo	79	40%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	71	36%
En desacuerdo	20	10%
Totalmente en desacuerdo	7	4%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

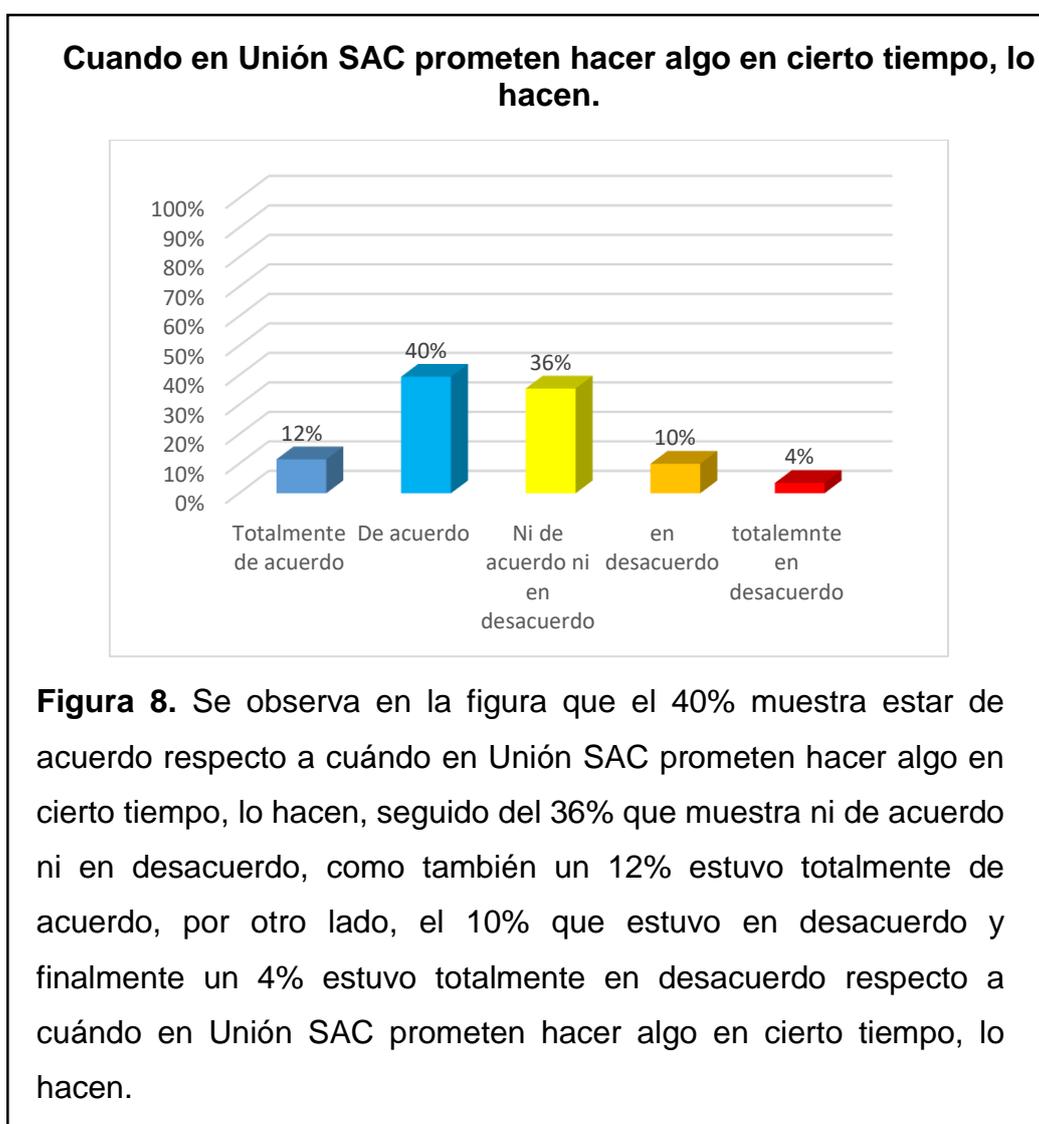


Tabla 8

Cuando tengo alguna duda en Unión SAC, muestran un sincero interés en brindar una aclaración.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	27	14%
De acuerdo	92	46%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	47	24%
En desacuerdo	28	14%
Totalmente en desacuerdo	6	3%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

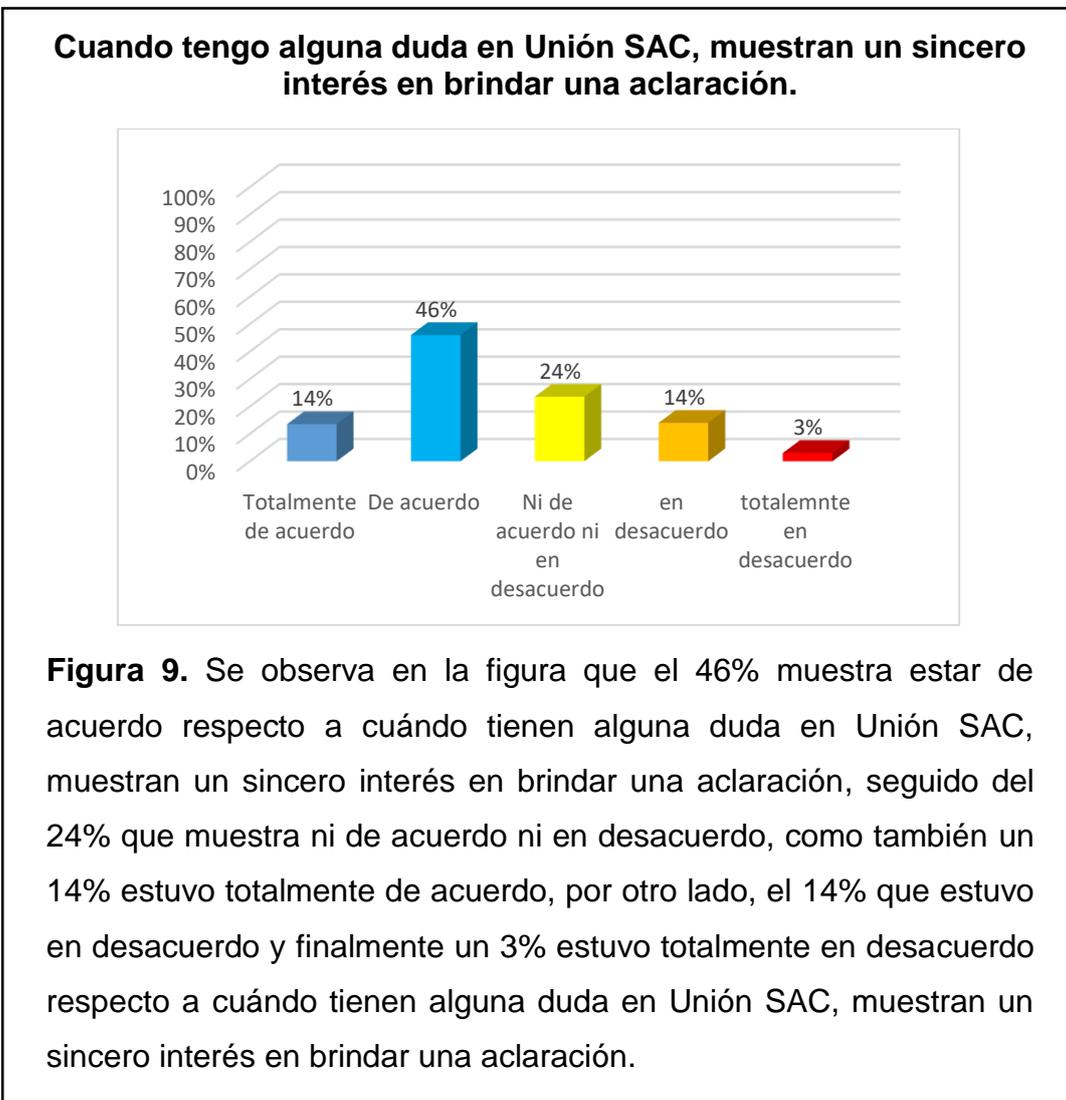


Tabla 9

Habitualmente Unión SAC ofrece un buen servicio.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	38	19%
De acuerdo	97	49%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	45	23%
En desacuerdo	18	9%
Totalmente en desacuerdo	2	1%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

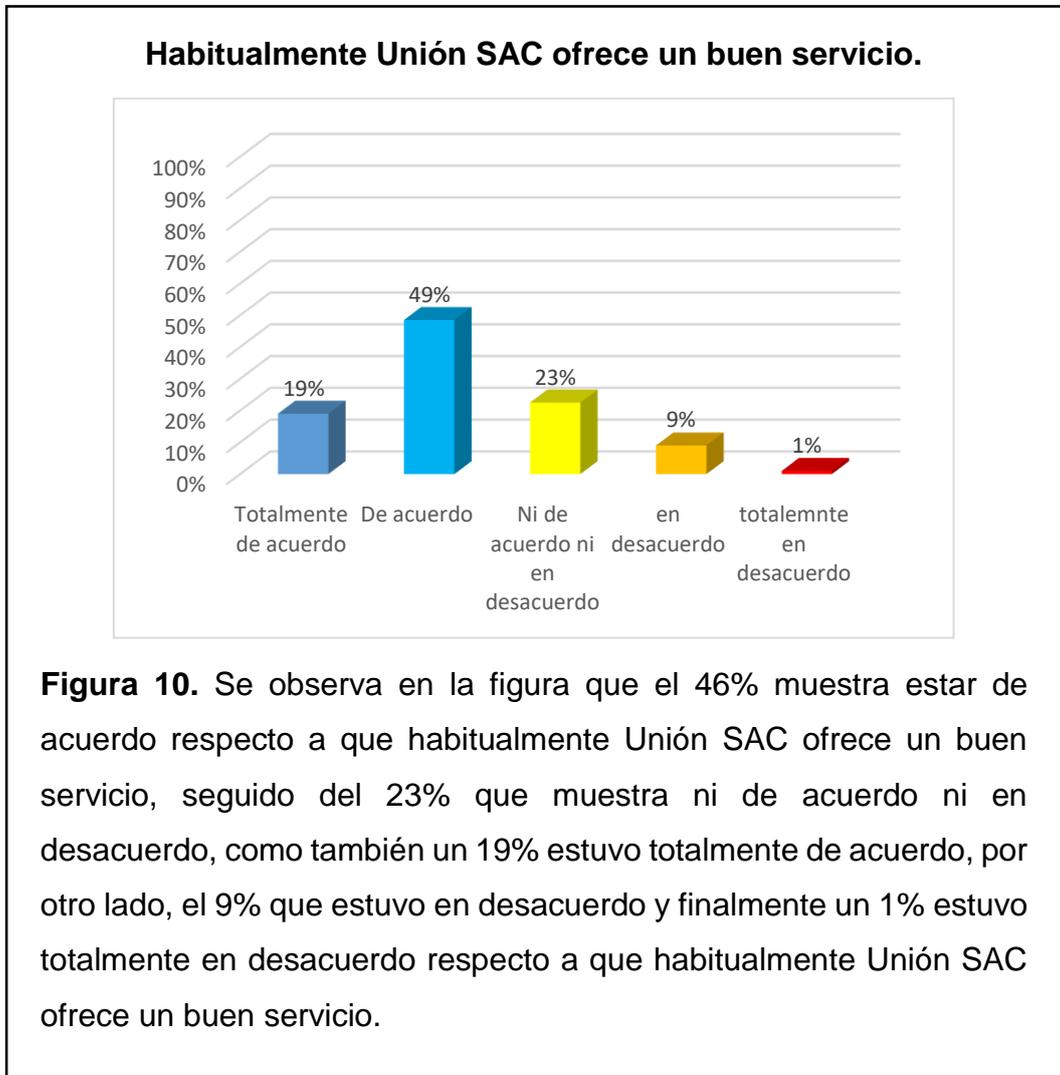


Tabla 10

Unión SAC presta sus servicios en el menor tiempo posible.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	26	13%
De acuerdo	104	52%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	50	25%
En desacuerdo	14	7%
Totalmente en desacuerdo	6	3%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

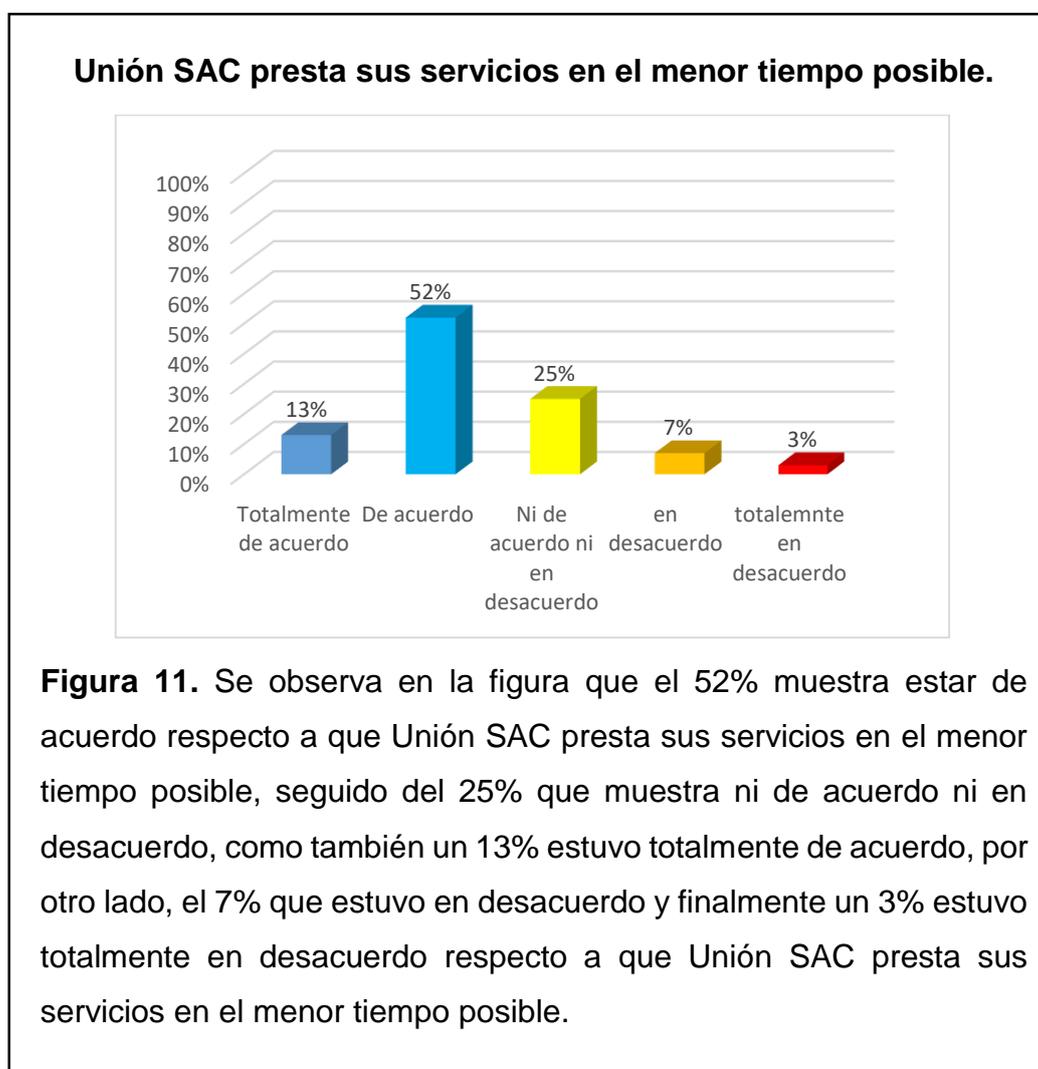


Tabla 11

En Unión SAC insisten en evitar cometer errores en sus actividades y registros.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	24	12%
De acuerdo	82	41%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	79	40%
En desacuerdo	9	5%
Totalmente en desacuerdo	6	3%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

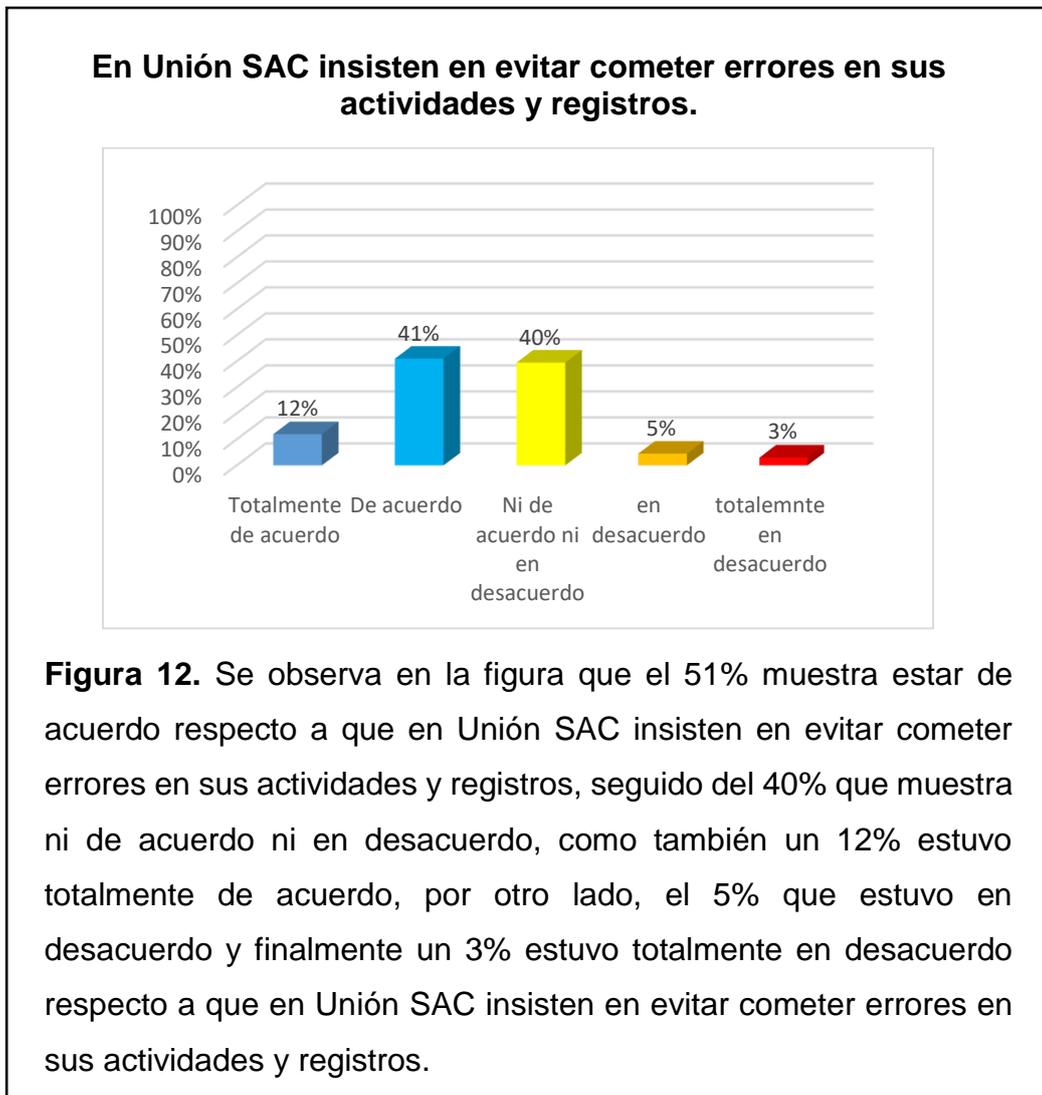


Tabla 12

Los empleados de Unión SAC informan puntualmente y con sinceridad todo acerca de los productos de la empresa.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	18	9%
De acuerdo	89	45%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	72	36%
En desacuerdo	13	7%
Totalmente en desacuerdo	8	4%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

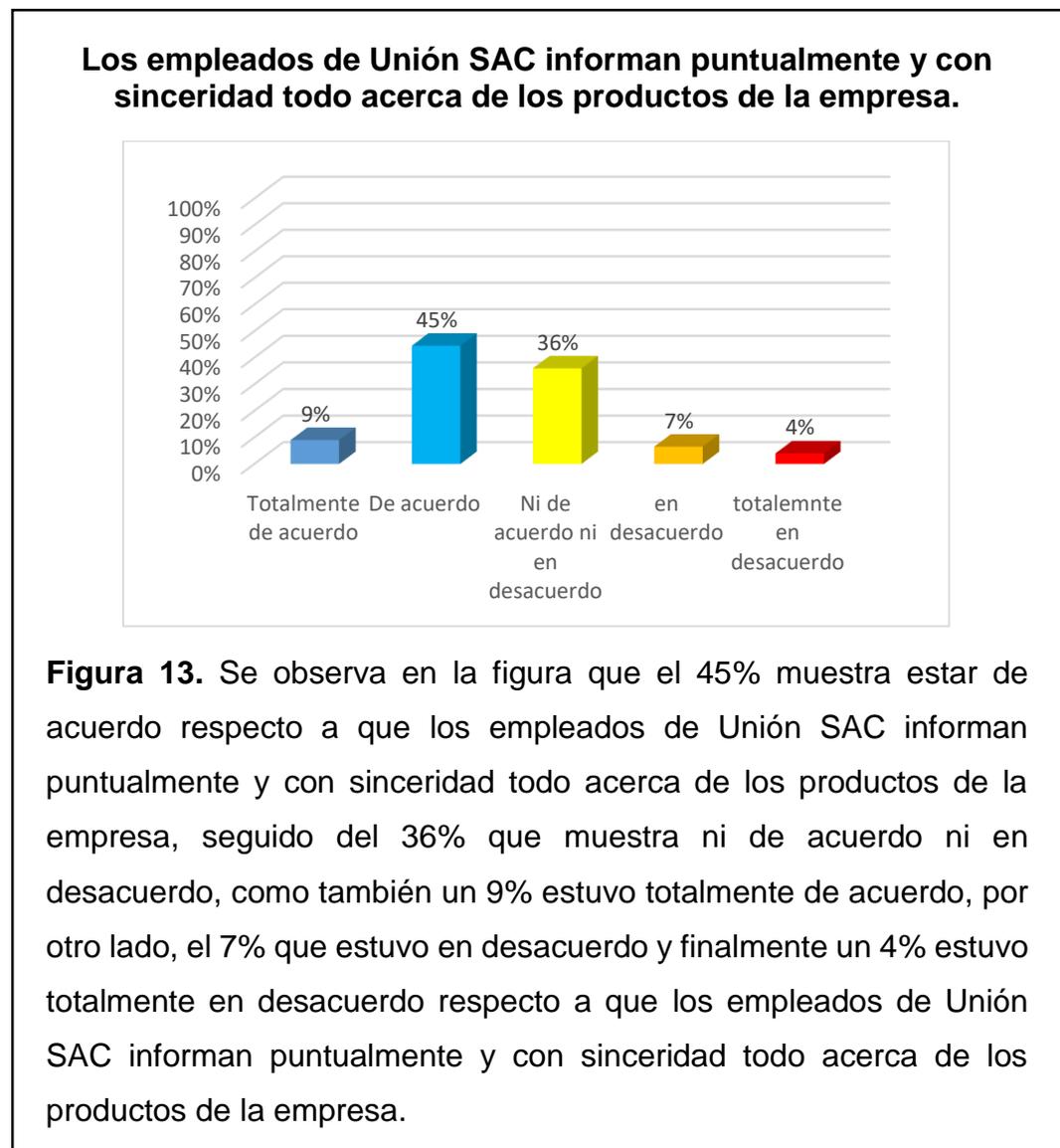


Tabla 13

Los empleados de Unión SAC ofrecen un servicio rápido y ágil.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	29	15%
De acuerdo	96	48%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	56	28%
En desacuerdo	15	8%
Totalmente en desacuerdo	4	2%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

Los empleados de Unión SAC ofrecen un servicio rápido y ágil.

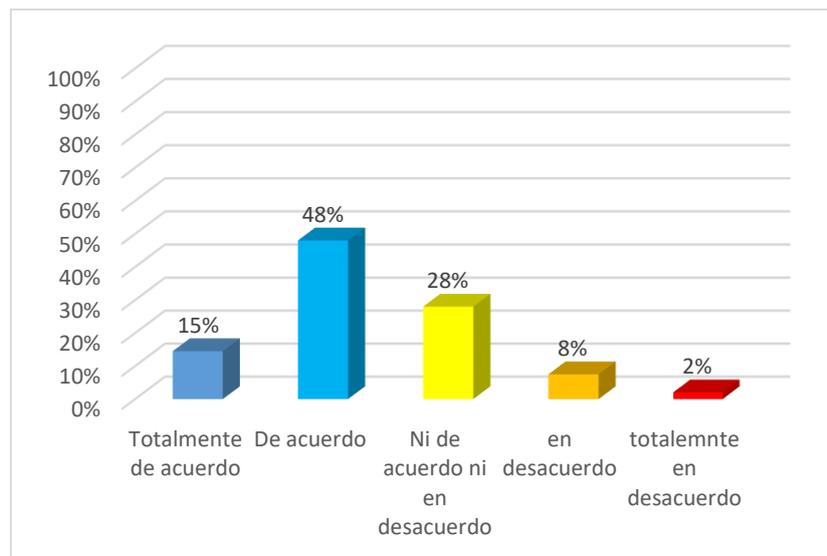


Figura 14. Se observa en la figura que el 48% muestra estar de acuerdo respecto a que los empleados de Unión SAC ofrecen un servicio rápido y ágil, seguido del 28% que muestra ni de acuerdo ni en desacuerdo, como también un 15% estuvo totalmente de acuerdo, por otro lado, el 8% que estuvo en desacuerdo y finalmente un 2% estuvo totalmente en desacuerdo respecto a que los empleados de Unión SAC ofrecen un servicio rápido y ágil.

Tabla 14

Los empleados de Unión SAC siempre están dispuestos a ayudar.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	26	13%
De acuerdo	95	48%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	59	30%
En desacuerdo	16	8%
Totalmente en desacuerdo	4	2%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

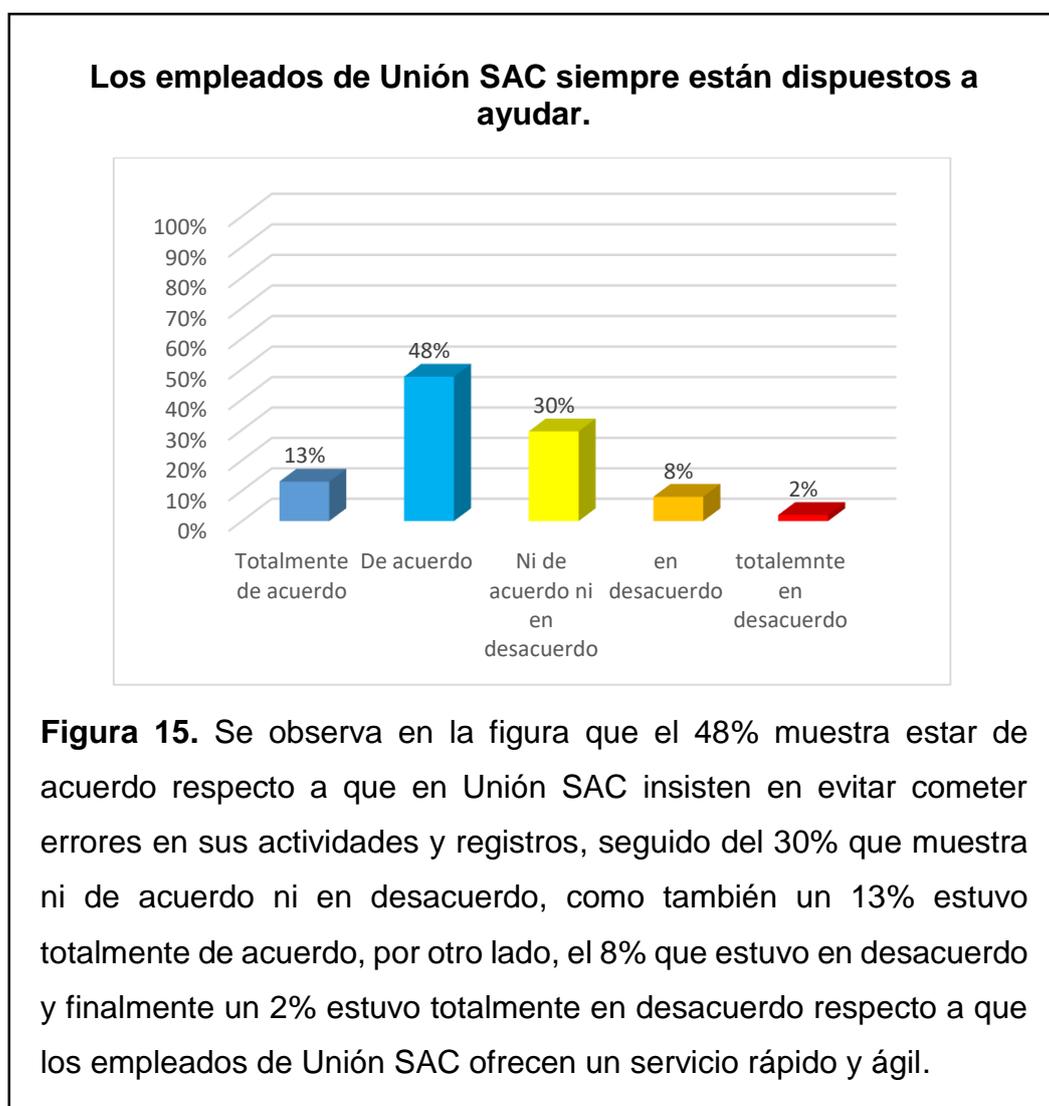


Tabla 15

Los empleados de Unión SAC le dedican el tiempo necesario para responder a sus preguntas.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	25	13%
De acuerdo	95	48%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57	29%
En desacuerdo	17	9%
Totalmente en desacuerdo	6	3%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

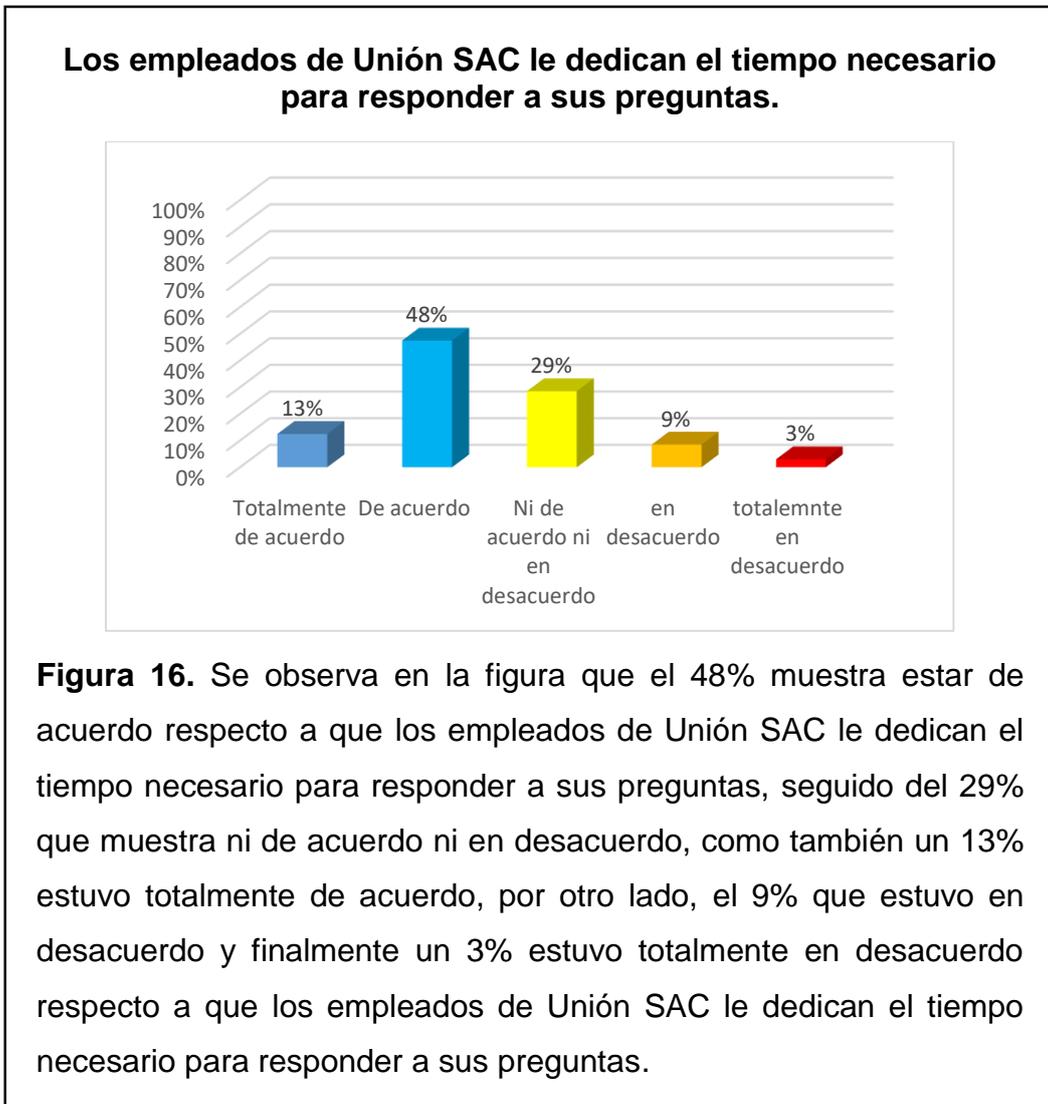


Tabla 16

El comportamiento de los empleados de Unión SAC le trasmite confianza.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	27	14%
De acuerdo	92	46%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	57	29%
En desacuerdo	17	9%
Totalmente en desacuerdo	7	4%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

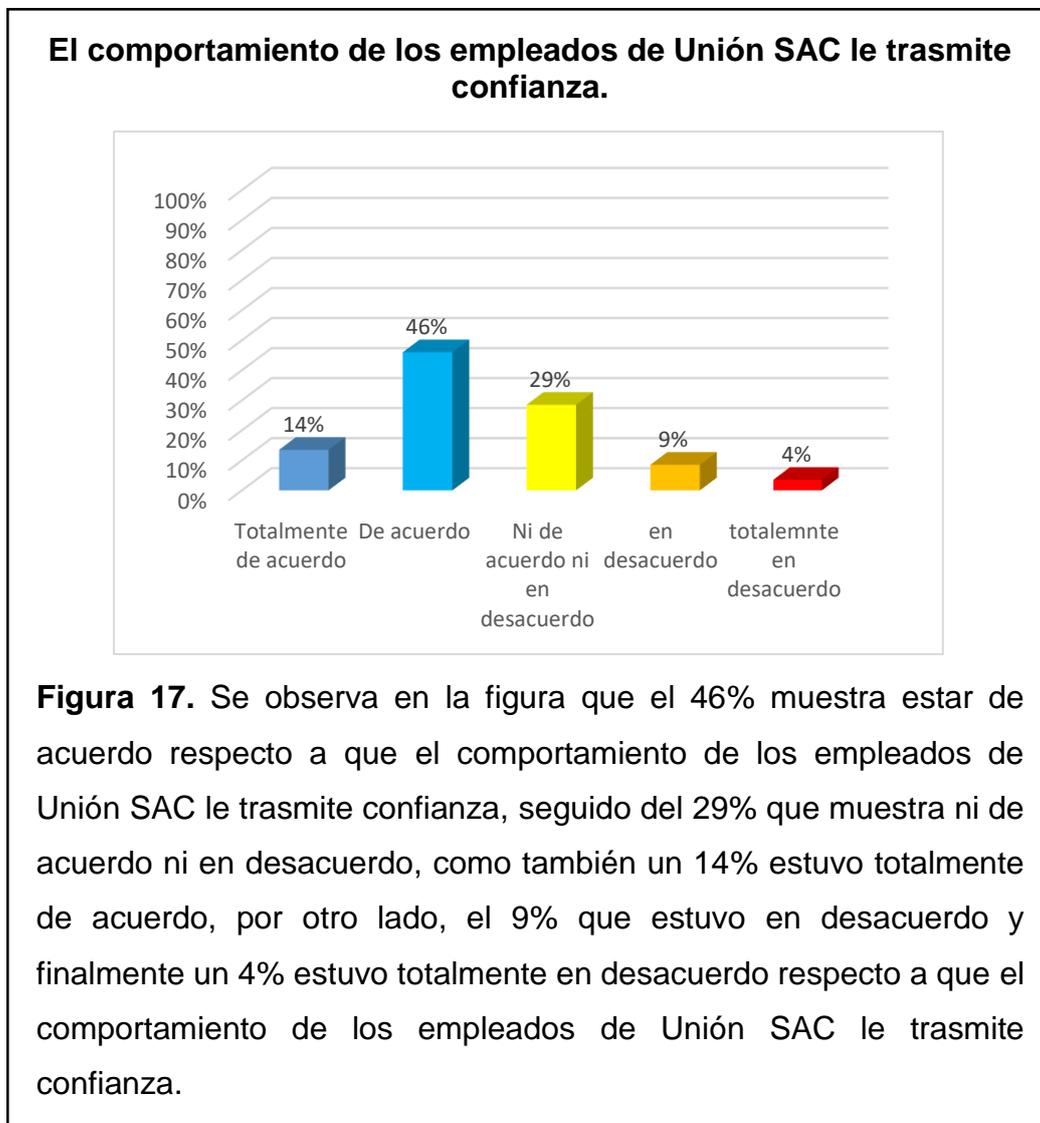


Tabla 17

Se siente seguro en las transacciones que realizó con la empresa Unión SAC.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	28	14%
De acuerdo	93	47%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	58	29%
En desacuerdo	17	9%
Totalmente en desacuerdo	4	2%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

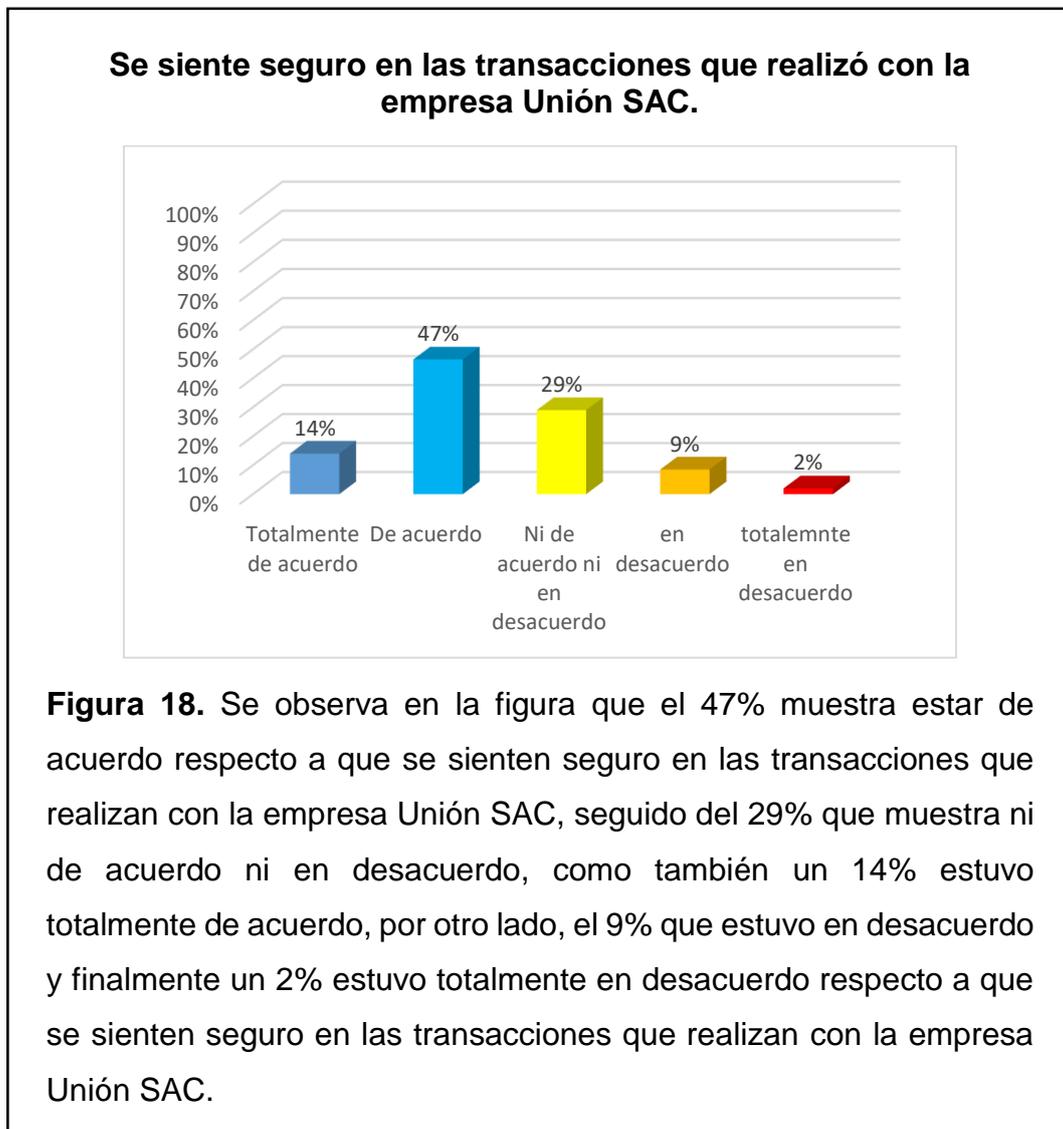


Tabla 18

Los empleados de Unión SAC son siempre amables.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	37	19%
De acuerdo	84	42%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	61	31%
En desacuerdo	12	6%
Totalmente en desacuerdo	6	3%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

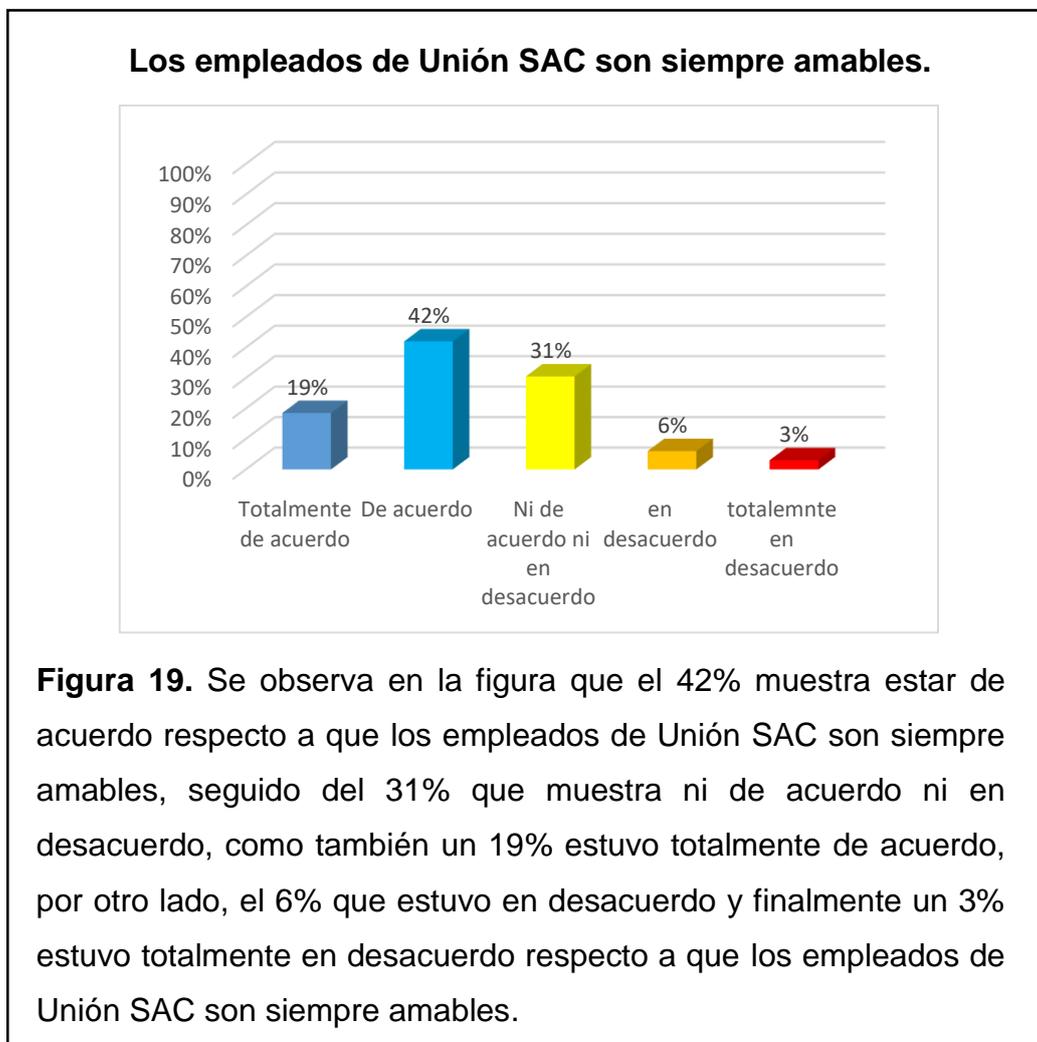


Tabla 19

Los empleados de Unión SAC tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	18	9%
De acuerdo	89	45%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	63	32%
En desacuerdo	23	12%
Totalmente en desacuerdo	7	4%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

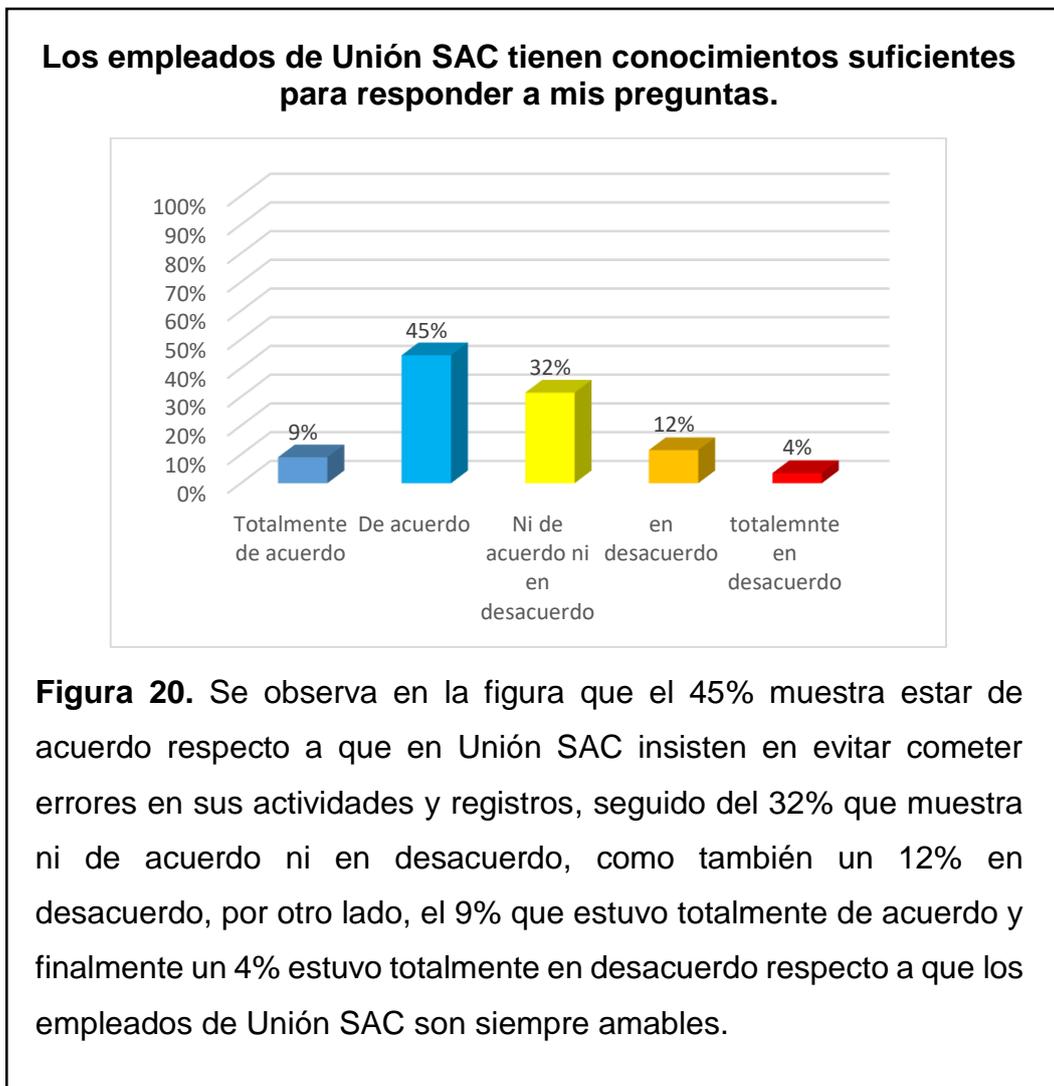


Tabla 20

Los empleados de la empresa Unión SAC brindan una atención personalizada.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	27	14%
De acuerdo	92	46%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	53	27%
En desacuerdo	22	11%
Totalmente en desacuerdo	6	3%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

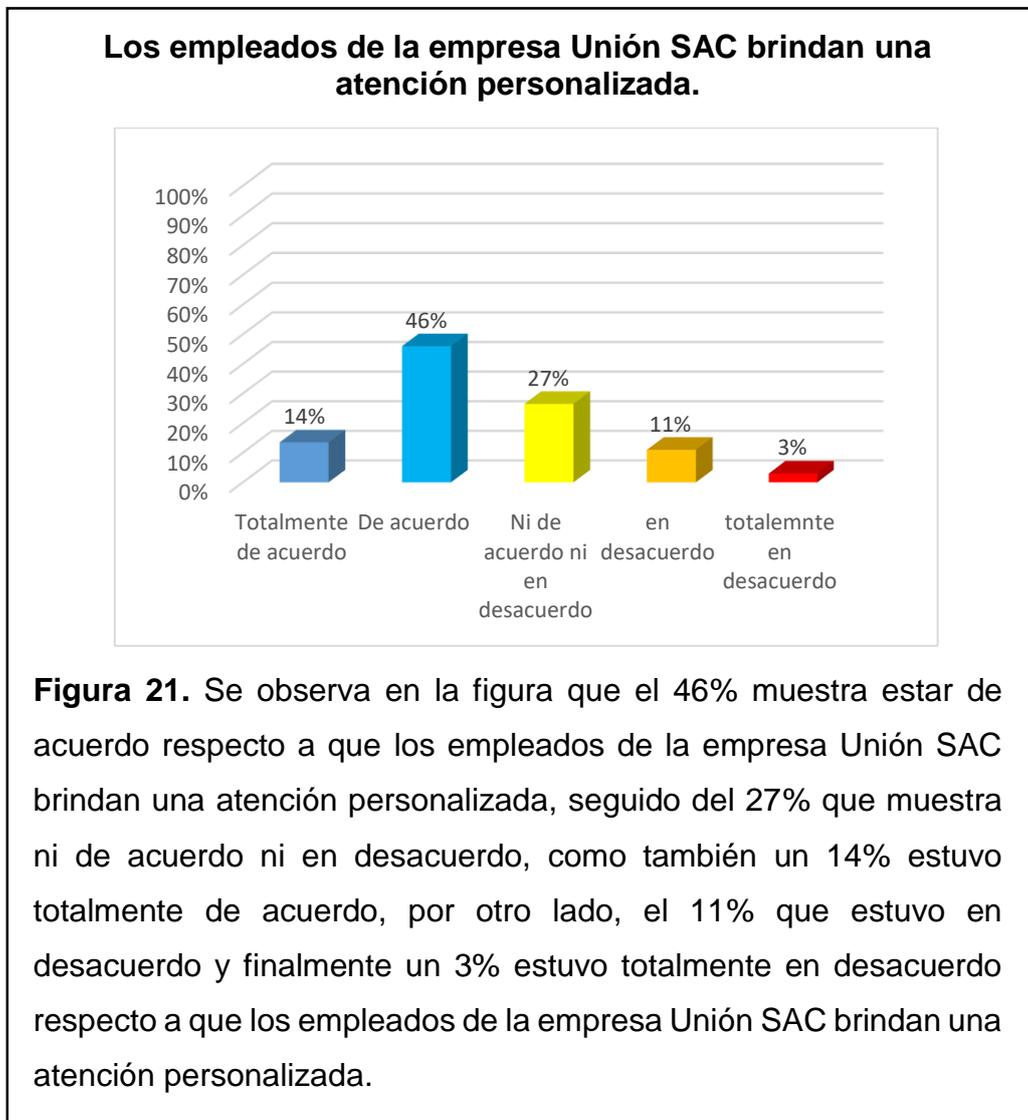


Tabla 21

La empresa Unión SAC cuenta con un horario adecuado.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	29	15%
De acuerdo	91	46%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	59	30%
En desacuerdo	16	8%
Totalmente en desacuerdo	5	3%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

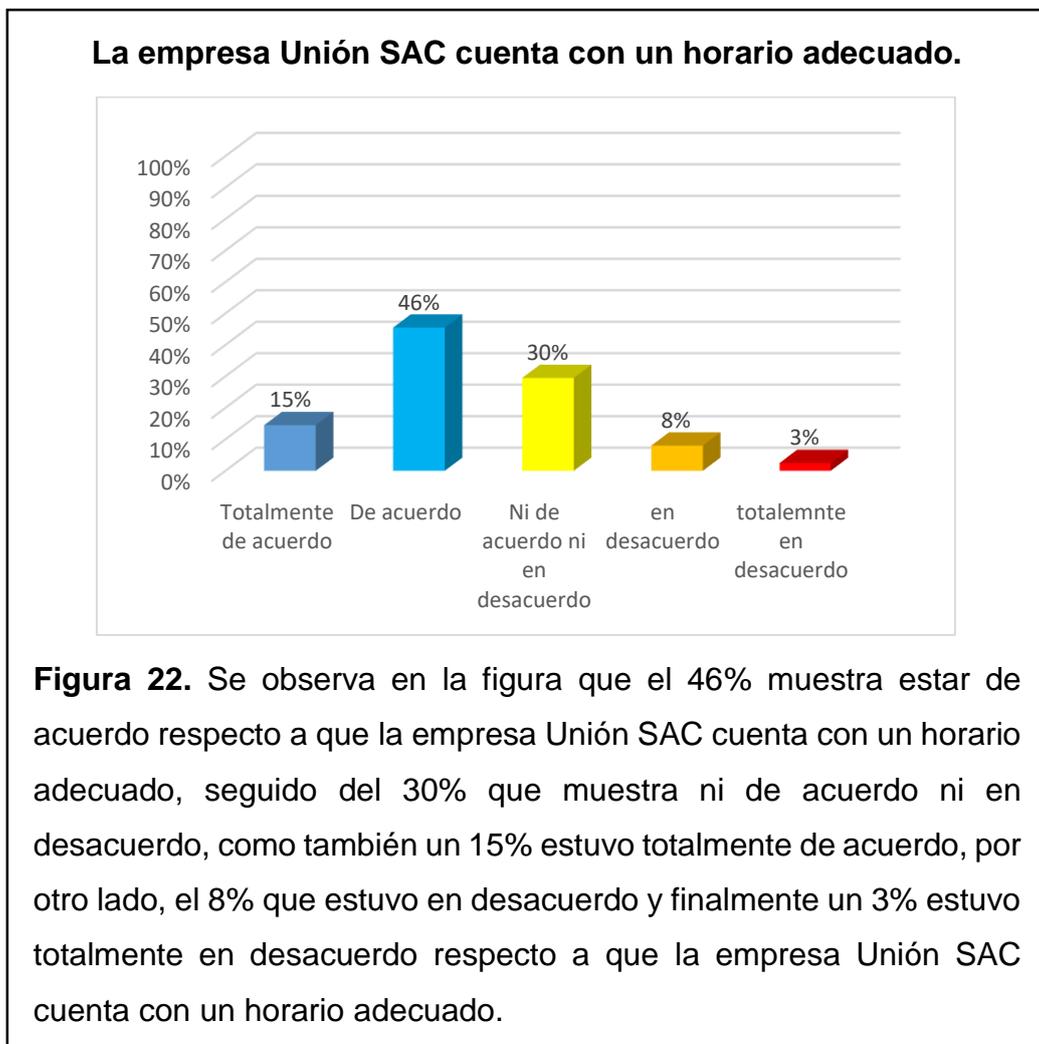


Tabla 22

Los empleados de la empresa Unión SAC ofrecen información personalizada.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	42	21%
De acuerdo	78	39%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	58	29%
En desacuerdo	18	9%
Totalmente en desacuerdo	4	2%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

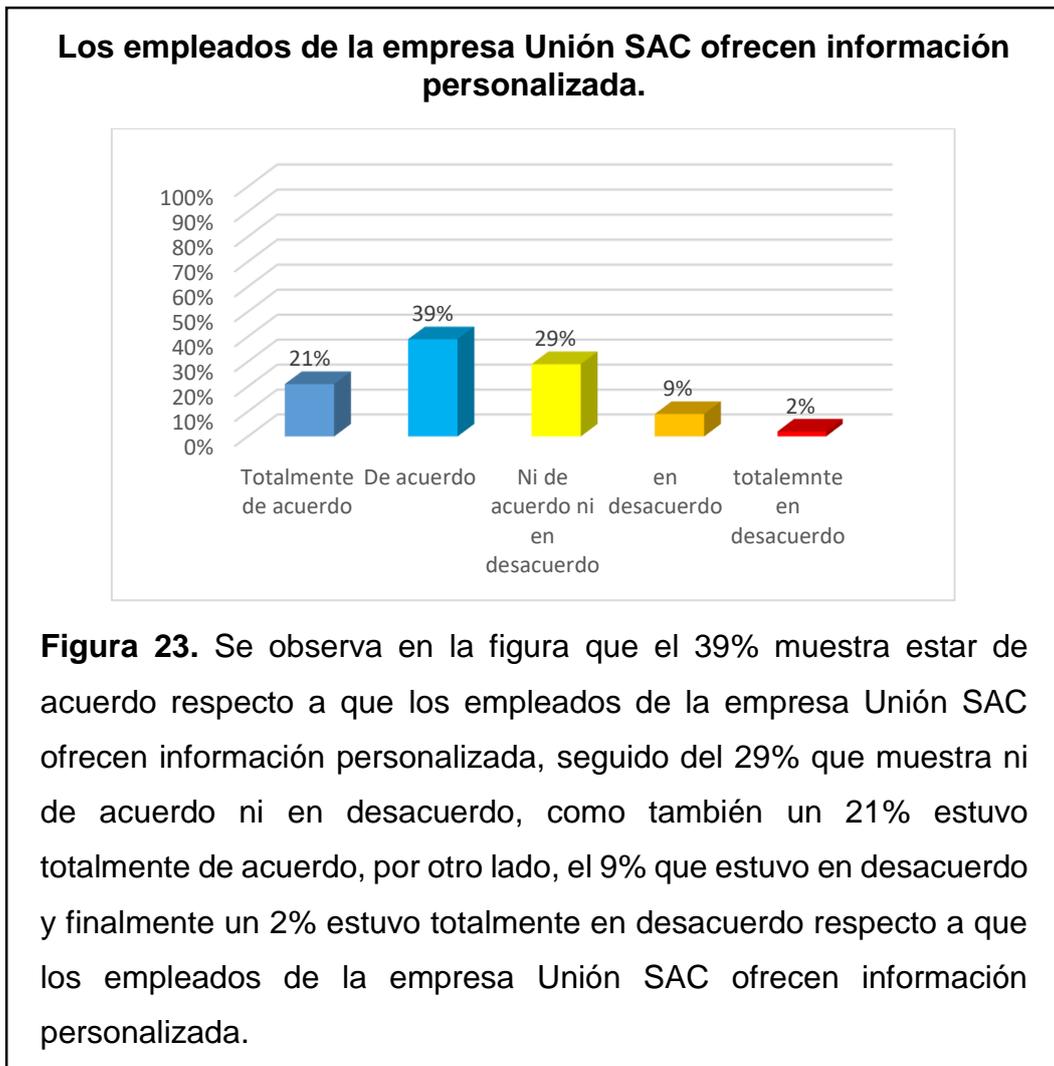


Tabla 23

Los empleados de Unión SAC buscan lo mejor para los intereses del cliente.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	42	21%
De acuerdo	78	39%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	58	29%
En desacuerdo	18	9%
Totalmente en desacuerdo	4	2%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia

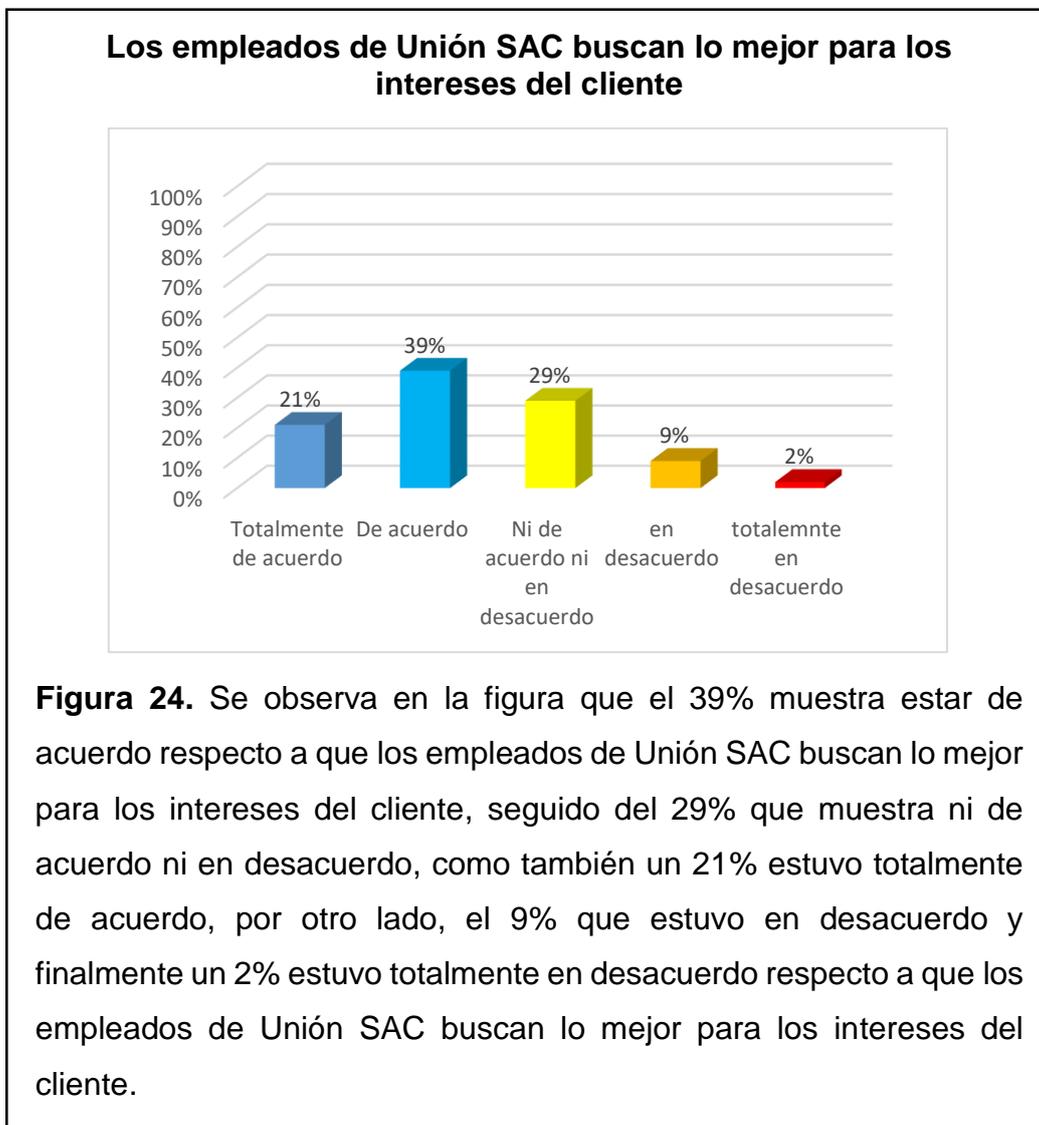
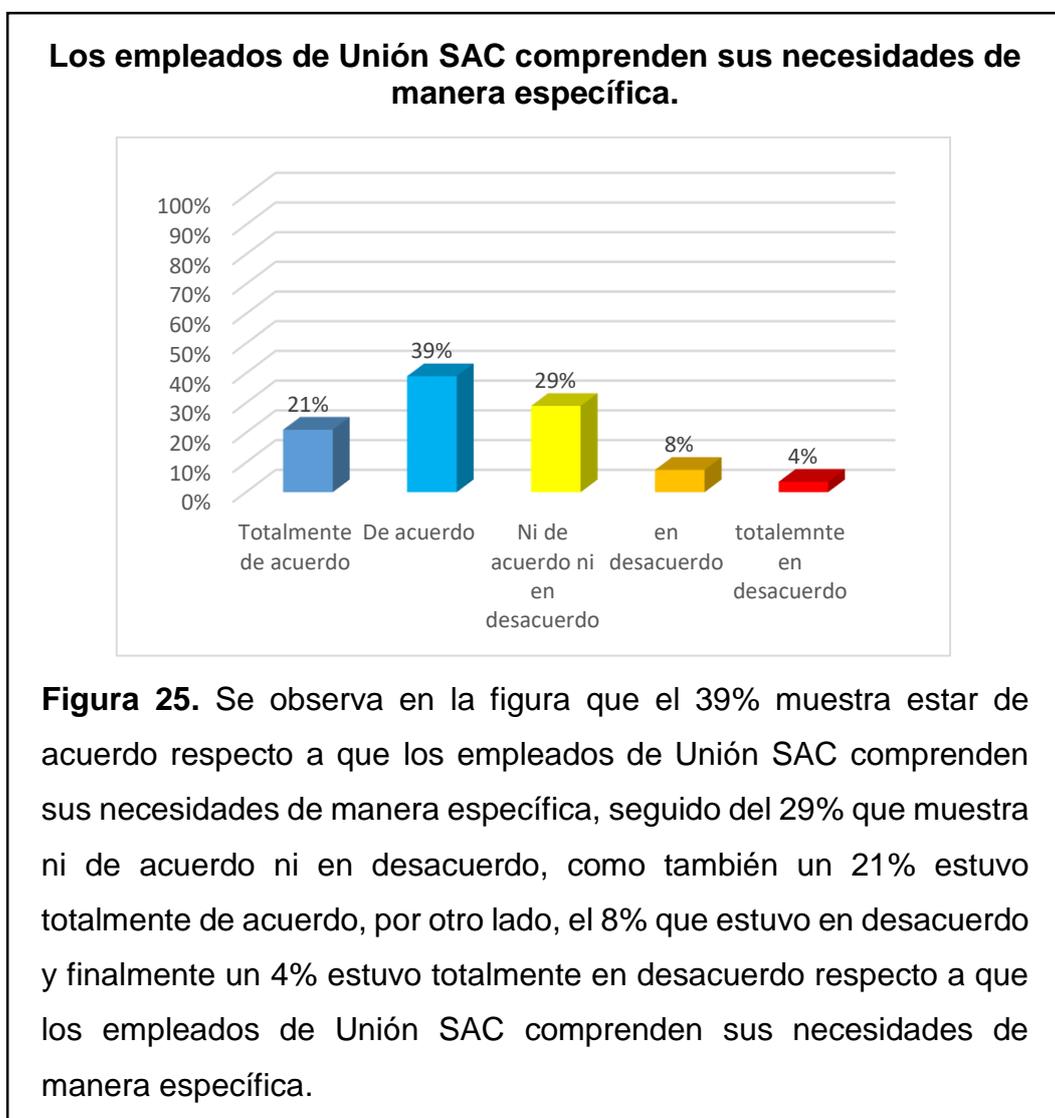


Tabla 24

Los empleados de Unión SAC comprenden sus necesidades de manera específica.

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente de acuerdo	42	21%
De acuerdo	78	39%
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	58	29%
En desacuerdo	15	8%
Totalmente en desacuerdo	7	4%
Total	200	100%

Fuente: Elaboración propia



CAPITULO V: DISCUSIÓN

En este capítulo se hizo un análisis de los resultados de las encuestas, enfocándose en evaluar las preguntas planteadas la encuesta realizada a los clientes de la empresa Unión SAC del distrito de San Ignacio, las cuales se expresan a continuación:

Para medir la calidad de servicio, el 45% los clientes mencionaron que están de acuerdo en que la empresa Unión SAC posee equipos de apariencia moderna, no obstante, un 7% se mostró en desacuerdo, asimismo, el 47% estuvo de acuerdo respecto a que las instalaciones físicas de Unión SAC son cómodas y visualmente atractivas, dado esto se observó que un 4% estuvo en desacuerdo; seguidamente en cuanto a los empleados, el 49% de los clientes estuvieron de acuerdo, es decir que muestran una apariencia adecuada al momento de ejercer sus labores, el 15% también mostro estar totalmente de acuerdo; por otro lado el 54% de los clientes estuvo de acuerdo en que los productos que ofrece la empresa Unión SAC son visualmente observables, el 22% también se mostró estar totalmente de acuerdo, respecto a si la empresa promete hacer algo en un determinado tiempo lo cumplen, el 40% estuvo de acuerdo y el 12% estuvo totalmente de acuerdo.

Asimismo se halló que el 46% de los clientes mencionaron que cuando tienen alguna duda, la empresa muestra sincero interés en brindar una aclaración, por lo que el 14% también lo mencionó; respecto a si habitualmente la empresa ofrece un buen servicio, el 49% estuvo de acuerdo y 0el 19% estuvo totalmente de acuerdo; por consiguiente, se encontró que el 52% estuvo de acuerdo en que la empresa presta sus servicios en el menor tiempo posible, lo que el 13% también estuvo totalmente de acuerdo; en la empresa Unión insisten en evitar cometer errores en sus actividades y registros, eso lo expresó el 41% de los clientes que se mostraron de acuerdo, por otro lado el 40% no opinó lo mismo, en cuanto a si los empleados informan puntualmente y con sinceridad todo acerca de los productos de la empresa, el 45% estuvo de acuerdo y el 9% también; por otro lado, el 48% de los clientes mencionaron que los empleados ofrecen un servicio rápido y ágil, por lo que el 15% también estuvo totalmente de acuerdo.

Seguidamente se halló que el 48% de los clientes mencionaron que los empleados de la empresa siempre están dispuestos a ayudar, y el 13% también estuvo de acuerdo con lo mencionado; asimismo el 46% de los clientes se mostraron de acuerdo respecto

a que el comportamiento de los empleados de la empresa les transmite confianza y el 14% también estuvo de acuerdo; por otro lado, el 47% de los clientes se sienten seguros en las transacciones que realizan en la empresa y el 14 % también estuvo de acuerdo; el 42% de los clientes estuvieron de acuerdo que los empleados de la empresa son siempre amables, por lo que el 19% estuvo totalmente de acuerdo con lo mencionado; en cuanto a si los empleados de la empresa tienen conocimientos suficientes para responder a sus preguntas, el 45% estuvo de acuerdo y el 9% estuvo totalmente de acuerdo.

Por otro lado, se halló que los empleados de la empresa brindan una atención personalizada, lo cual el 46% estuvo de acuerdo con lo mencionado y el 14 también estuvo totalmente de acuerdo, también se habló sobre el horario de la empresa, lo cual el 46% estuvo de acuerdo en que es adecuado y el 15% también opinó lo mismo; seguidamente el 39% de los clientes mencionó que la empresa ofrece información personalizada y el 21% estuvo totalmente de acuerdo con lo mencionado, si hablamos de los empleados en respecto a si buscan lo mejor para los intereses del cliente, el 39% estuvo de acuerdo y el 21% también estuvo totalmente de acuerdo, por último se halló que el 39% de los clientes estuvieron de acuerdo en que los empleados de la empresa Unión SAC comprenden sus necesidades de manera específica y el 21% también estuvo totalmente de acuerdo.

Después de haber mencionado los porcentajes de opiniones respecto a cada pregunta, se observó que en cada una de ellas no hay una gran proporción que demuestre que todos los clientes estén conformes o de acuerdo con lo que ofrece la empresa, con la actitud de cada empleado o con el interés que muestran hacia los clientes, si bien es cierto las opiniones de los clientes se mantienen en un 50% o menos respecto a si están de acuerdo en cada pregunta que se les ha formulado y la otra proporción restante se distribuye entre ni de acuerdo ni en desacuerdo lo cual es continúa a las respuestas es decir se encuentra en segundo lugar de las opiniones mostradas por lo que quiere decir que los clientes no mantienen su opinión de manera que no es favorable, también se distribuye entre las respuesta que están en desacuerdo y totalmente en desacuerdo, en realidad no es mucha la proporción concentrada en esos parámetros pero lo que si se da a conocer es que no existe más de la mitad de la proporción de opiniones de los clientes a favor de la empresa.

Con respecto a lo mencionado comparamos con los resultados de García y Maldonado (2018) en su tesis “Diagnóstico de la calidad de servicio que ofrece la Municipalidad Provincial de Jaén”. Tuvo como objetivo general describir la calidad de servicio que viene ofreciendo dicha Municipalidad. La investigación fue de tipo descriptiva, bajo un diseño no experimental con un corte transeccional. Los autores lograron concluir que, la dimensión relacionada a la interacción personal logró alcanzar un 35% el nivel muy malo, un 40% en nivel malo y un 25% en lo que respecta a nivel regular, lo cual se traduce en que se debe trabajar de manera urgente en dicho aspecto. Por otro lado, la dimensión asociada a la capacidad de respuesta alcanzó en el nivel muy malo un 65%, mientras que en el nivel malo y regular obtuvo un 15% respectivamente. Lo cual es similar a lo encontrado en nuestra investigación ya que fue regular por decirlo así la opinión de los clientes.

También recalcamos lo mencionado por Gutiérrez (2004) quien afirma que la calidad en el servicio implica como tal un cambio tanto de mentalidad como de actitudes, requiere de ejercer distintos valores que perduren, pero también es necesario establecer compromiso para con la sociedad. Es decir, la calidad en el servicio requiere que los colaboradores de una empresa posean más capacidad, dedicación personal y también capacitación. Es decir, en la calidad en el servicio aquel factor más importante resultan ser las actitudes que desarrolla el personal al momento de la atención, el cual debería canalizar todo su esfuerzo para así lograr la calidad de atención establecida por la organización.

- **Diseñar un plan de mejora para optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión S.A.C.**

PLAN DE MEJORA PARA OPTIMIZAR LA CALIDAD DE SERVICIOS EN LA EMPRESA UNIÓN SAC

I. INTRODUCCIÓN

El tema de esta investigación es el diseño de un plan de mejora que sirven para la calidad de servicios en la empresa Unión S.A.C. pretendiendo que los resultados sean mejores a lo obtenido, ya que dicho plan beneficiará a la empresa en cuanto a la toma de decisiones que se realice, además de la función del personal lo cual se pretende sea favorable para la empresa, en cuanto a la fidelización de los clientes y también a la llegada de nuevos, por lo tanto, este plan de mejora está enfocado específicamente para la empresa y sus colaboradores, conteniendo así estrategias que permitan el desarrollo y la capacitación del personal para ofrecer un buen servicio además del beneficio que traerá a la empresa, ya que actualmente es de suma importancia la calidad de servicio que ofrecen las entidades ya sean públicas o privadas obteniendo de esta forma que el cliente tenga una buena impresión de lo que se le está ofreciendo como servicio.

II. OBJETIVOS

Objetivo general

- Diseñar un plan de mejora que permita optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión S.A.C.

Objetivos específicos

- Elaborar estrategias que contribuyan a mejorar la calidad de servicios en la empresa Unión S.A.C.
- Realizar actividades que contribuyan en la mejora de la empresa Unión S.A.C.

III. JUSTIFICACIÓN

Mediante el análisis realizado a la calidad de servicio que ofrece la empresa Unión S.A.C. se obtuvo resultados no muy buenos para la empresa por lo que solo la mitad de la proporción de los clientes están de acuerdo y el resto no, afectando así que el cliente no se sienta a gusto con el servicio que se brinda y por ello se pretende mejorar esos resultados o esa perspectiva que tiene el cliente sobre el servicio de la empresa, entonces se plantea un plan de mejora el cual está en función a las preguntas formuladas a los clientes respecto a la calidad, por lo que si se aplica este plan, para la solución de los problemas o inconvenientes que existen en la empresa o con los trabajadores al momento de ejercer sus labores, para brindar una buena calidad de servicio a los clientes y esperando también la llegada de nuevos a la empresa.

IV. ESTRATEGIAS

1. Capacitación del personal

Esto va a permitir que el personal desarrolle capacidades y fortalezca sus habilidades al momento de desempeñar sus labores, consiguiendo también que sean eficientes a través de la formación continua y se obtenga un personal apto para enfrentarse al público (Jimenez, 2015)

Tácticas:

- Fortalecer sus conocimientos y ampliarlos
- Obtener una buena eficiencia de cada trabajador
- Mejorar la relación del cliente con el trabajador de la empresa

Tema: El desempeño del colaborador dentro de la empresa

Actividades

- Curso de actualización y/o especialización profesional de los colaboradores

Tiempo de duración: Cada 3 meses

2. Cumplir con las expectativas del cliente

Es importante complacer a los clientes con el producto o servicio que se está ofreciendo ya con ello se logra que el cliente esté satisfecho, asimismo que recomiende a otros clientes a comprar productos de la empresa (Molera, 2019).

Tácticas:

- Mejorar los ambientes de la empresa para una mejor impresión
- El personal debe atender a las necesidades de los clientes
- Practicar la ética y la responsabilidad.

Tema: La buena comunicación con el cliente y su entorno laboral

Actividades:

- **Dinámicas:** El bingo
- **Dinámica:** Saludos del mundo

Tiempo de duración: 25 minutos

3. Ofrecer una respuesta inmediata al cliente

Es importante por lo que se obtiene un mayor vínculo con el cliente, permitiendo que vuelva a adquirir el producto, por lo que también se adquiere información acerca de sus necesidades o inquietudes acerca del servicio que se ofrece (Martín, 2016)

Tácticas:

- Creación de páginas web para mantener informado al cliente.
- Brindar al cliente el producto en el tiempo acordado
- Disponibilidad del trabajador hacia el cliente.

Tema: La relación del cliente con el personal

Actividades

- Reuniones donde se fortalezca la relación del personal con el cliente

Duración: 30 minutos

4. Motivar al personal

La motivación al personal es importante en una entidad ya que a través de ella se logra que el personal se sienta valorado por la empresa y a gusto con su puesto de trabajo, como respuesta a ello ofrecerá un mejor desempeño en sus labores, lo cual será de beneficio para la empresa y los clientes de la misma. (Casas, 2015).

Tácticas

- La satisfacción de los trabajadores
- Reconocer el trabajo que realizan

Tema: La importancia del personal en la empresa

Actividades

- Reconocimiento al personal a través de incentivos
- Trabajar en un ambiente adecuado
- Permitirle aportar sugerencias u opiniones y éstas puedan ser consideradas.

Duración: Trimestral

5. Realizar un seguimiento al trabajador

Esto permite analizar el rendimiento del trabajador en la empresa e identificar sus fortalezas para seguir poniéndolas en práctica y sus debilidades para reforzarlas y obtener mejores resultados, como una buena calidad de servicio y a tiempo beneficiando al mismo y también a la empresa (Socorro, 2017).

Tácticas

- Reforzar las deficiencias de los trabajadores.
- Tener conocimiento del desempeño que cumplen dentro de la empresa.

Tema: Trabajadores evaluados

Actividades

- Talleres en los cuales se impartan conocimientos y objetivos para que estos sean cumplidos.

Duración: 30 minutos

V. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Tabla 25.

Cronograma de actividades

N°	Actividades	Denominación	Dirigido a:	Responsable	Lugar de la realización	Frecuencia	Modalidad
1	Cursos de actualización y/o especialización profesional de los colaboradores.	El desempeño del colaborador dentro de la empresa	los trabajadores de la empresa Unión S.A.C.	Capacitador externo	La empresa Unión S.A.C.	tres veces al año	Presencial
2	Dinámicas	El bingo Saludos del mundo	los trabajadores de la empresa Unión S.A.C.	Facilitador externo	La empresa Unión S.A.C.	Cuatro veces al año	Presencial
3	Reuniones donde se fortalezca la relación del personal con el cliente	La relación del cliente con el personal	los trabajadores de la empresa Unión S.A.C.	La empresa Unión S.A.C.	La empresa Unión S.A.C.	mensualmente	Presencial
4	Reconocimiento del personal	La importancia del personal en la empresa	los trabajadores de la empresa Unión S.A.C.	La empresa Unión S.A.C.	La empresa Unión S.A.C.	Trimestral	Presencial
5	Talleres	Trabajadores evaluados	los trabajadores de la empresa Unión S.A.C.	La empresa Unión S.A.C.	La empresa Unión S.A.C.	cada dos meses	Presencial

Fuente: Elaboración propia

VI. PRESUPUESTO

Tabla 26.

Presupuesto de la propuesta

Recursos	Asistencias	Precio	Total
Recursos Humanos			
Curso de actualización y/o especialización	3	S/1,500.00	S/4,500.00
Dinámicas	4	S/100.00	S/400.00
Recursos Materiales			
Parlante	1 unidad	S/40.00	S/40.00
Sillas	27	S/30.00	S/810.00
Hojas bond	2 Cientos	S/10.00	S/20.00
Gomas	26	S/2.00	S/52.00
Plumones	27	S/1.50	S/40.50
Tijeras	26	S/1.50	S/39.00
Lapiceros	200	S/0.50	S/100.00
Refrigerios	850	S/4.00	S/3,400.00
Separatas	200	S/0.20	S/40.00
Laptop	1	S/2,000.00	S/2,000.00
Proyector	1	S/500.00	S/500.00
Certificados	200	S/20.00	S/4,000.00
Diplomas	3	S/25.00	S/75.00
Total			S/16,016.50

Fuente: Elaboración propia

CONCLUSIONES

Según los objetivos planteados en esta investigación se concluye lo siguiente:

1. El 54% de los clientes están de acuerdo que los productos que ofrece la empresa son visualmente observables, asimismo el 40% menciona que en la empresa cuando prometen algo lo cumple, esto no es un porcentaje muy favorable para la empresa, por otro lado, estuvieron de acuerdo con el servicio que ofrece la empresa con un 49%, asimismo que la empresa presta sus servicios en el menor tiempo posible con un 52%; lo cual analizando de manera general el porcentaje promedio de los clientes respecto a cada pregunta se mantiene en un 45% estando de acuerdo, lo cual indica un porcentaje regular para llegar a ofrecer una buena calidad de servicio, ya que no a todos les parece bueno el servicio que ofrece la empresa Unión S.A.C.
2. El diseño del plan estuvo constituido por estrategias, las cuales fueron la capacitación al personal, cumplir con las expectativas del cliente, también el de ofrecer una respuesta inmediata al cliente, la motivación al personal y el seguimiento al trabajador, las cuales contienen diferentes actividades y temas a tratar en cada actividad, para reforzar dichas estrategias y puedan ser aplicadas. Estas estrategias, deberá ser aplicadas para que a través de ellas se logre un personal capacitado y apto para ofrecer un buen servicio a los clientes de la empresa Unión S.A.C. además con las acciones y actividades planteadas se ayudará que la empresa establezca sus objetivos y logre desarrollarlos.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda a Gerencia de la empresa Unión SAC implementación de equipos modernos para que obtengan buena apariencia y así se de una mejor impresión al cliente, asimismo que estén puedan ser cómodas y se noten atractivas a la vista del cliente.
- Por otro lado, se recomienda monitorear al personal para que pueda cumplir con el trabajo prometido al cliente en un cierto tiempo y se pueda también evitar cometer errores en sus actividades, esto logrará que la fidelización del cliente y un incremento en sus ventas.
- Así también el personal, debe mostrarse con disposición a ayudar cuando el cliente lo requiera, además el comportamiento de los mismo debe transmitir confianza y amabilidad a los clientes, de esta manera se puedan sentir seguros al momento de adquirir los servicios.
- También se recomienda que tome en cuenta el plan de mejora propuesto y pueda aplicarlo ya que de esta manera se va a lograr un trabajador capacitado y apto para ofrecer un buen servicio al cliente y también se logre la fidelización de ellos siendo de mucho beneficio para la empresa ya que aumentará sus ventas y logrará ser reconocida por otras personas que requieran de dichos productos que ofrece la empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aiteco.com. (01 de Noviembre de 2019). *Aiteco.com*. Recuperado de Aiteco.com: <https://www.aiteco.com/calidad/plan-de-mejora/>
- Álvarez, I. (2006). *Introducción a la Calidad*. Ideaspropias Editorial S.L.
- Alvear, C. (2014). *Propuesta de mejoramiento de la calidad de servicio del Grand Hotel Paraíso ubicado en el cantón Atacames*. Quito.
- Balan, M. (2017). *Propuesta de mejora para la calidad en el servicio: Dos Hoteles del Centro Histórico de la Ciudad de México*. México.
- Bernal, C. A. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera Edición ed.). (O. F. Palma, Ed.) Colombia: Pearson Educación.
- Cadena, A. (2017). *Diseño de un plan de mejora de la calidad en el servicio interno y externo del Hotel Casa Q*. Quito.
- Casas, Y. (10 de Setiembre de 2015). *7 Sencillas técnicas para motivar a tu personal y aumentar la producción*. Recuperado de *Emprendices*: <https://www.emprendices.co/7-sencillas-tecnicas-para-motivar-a-tu-personal-y-aumentar-la-produccion/>
- Castillo, J. (2016). *Satisfacción laboral y su relación con la calidad de servicio al cliente de la empresa Textiles y Costuras SAC*. Jaén.
- Corrales, J. (25 de Julio de 2019). *Rock content*. Recuperado de Rock content: <https://rockcontent.com/es/blog/servicio-al-cliente/>
- Crisostomo, R. (2018). *Propuesta de mejora de la calidad de servicio, según el modelo SERVQUAL en la empresa Intellitech Systems SAC*. Lima.
- Economipedia.com. (11 de Noviembre de 2019). *Economipedia.com*. Recuperado de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/cliente.html>
- El Financiero. (18 de Mayo de 2018). <https://www.elfinanciero.com.mx/>. Recuperado el 31 de Enero de 2019, de El Financiero: <https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/por-mala-atencion-hasta-50-de-clientes-abandonan-una-marca-estudio>

- Equipo Vértice. (2010). *Atención al cliente: calidad en los servicios funerarios*. Vértice.
- Escuela Europea de Excelencia. (26 de Noviembre de 2019). *Escuela Europea de Excelencia*. Recuperado de Escuela Europea de Excelencia: <https://www.nueva-iso-9001-2015.com/2019/11/calidad-total-definicion-y-conceptos-fundamentales/>
- Fernández, À. (2014). *Investigación y técnicas de mercado*. ESIC.
- Gaitán, N. (2017). *Proyecto de mejora de servicio en Distribuciones AC SAS*. Bogotá.
- Garces Paz, H. (2000). *Investigación Científica*. Ecuador: Abya-Yala.
- García, V., & Maldonado, J. (2018). *Diagnóstico de la calidad de servicio que ofrece la Municipalidad Provincial de Jaén*. Jaén .
- Gutiérrez, A. M. (2004). *La calidad en el servicio*. Recuperado de <http://www.medigraphic.com/pdfs/enfermeriaimss/eim-2004/eim041a.pdf>
- Gutiérrez, C., & Navarro, Y. (2018). *Relación entre la Satisfacción del Usuario y Calidad de Servicio en los servidores municipales de la Municipalidad Distrital de Santa Rosa, Jaén*. Jaén.
- Hernández, R. F. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw Hill Education.
- Hurtado, J. (2015). *El proyecto de investigación*.
- ICDE. (2016). *Guía de implementación Plan de Calidad*. Colombia: ICDEColombia. Recuperado el 2 de Febrero de 2019, de http://www.icde.org.co/sites/default/files/Gu%C3%ADa_Plan_Calidad_V.1.1.pdf
- Inga, C. (12 de Septiembre de 2017). <https://elcomercio.pe>. Recuperado el 04 de febrero de 2019, de El Comercio: <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/60-compra-define-buen-servicio-cliente-noticia-457187>
- Izquierdo, R. (12 de Julio de 2017). <https://integriaims.com/>. Recuperado el 3 de Febrero de 2018, de Integria IMS: <https://integriaims.com/problemas-atencion-al-cliente/>
- Jimenez, A. (27 de Febrero de 2015). *Capacitación del personal y desempeño de los trabajadores*. Recuperado de Gestipolis:

<https://www.gestiopolis.com/capacitacion-del-personal-y-desempeno-de-los-trabajadores/>

Landa, H. (1976). *Plan contenido en la la Ley General de Asentamientos Humanos*.

Larraín, A. (2012). *Diseño de una propuesta de mejoramiento de la calidad de servicio en una empresa del rubro automotriz*. Santiago de Chile.

Leovigildo, C. (2018). *Gestión de la captación de la clientela en la actividad de mediación de seguros y reaseguros*. IC Editorial.

Lopez, M., De la Torre, I., Herreros, J., & Cabo, J. (2014). *Mejora de la calidad asistencial mediante la telemedicina y teleasistencia*.

Marketing4food.com. (07 de Diciembre de 2016). *Marketing4food.com*. Recuperado de Marketing4food.com: <https://marketing4food.com/glosario/abarrotes/>

Martín, J. (5 de Agosto de 2016). *Atención al cliente a través de redes sociales*. Recuperado de Cerem: <https://www.cerem.pe/blog/atencion-al-cliente-a-traves-de-redes-sociales>

Mestanza, T. (2016). *Satisfacción del cliente y su relación con la calidad de servicios de CMAC PIURA S.A*. Jaén.

Ministerio Nacional de Educación. (08 de Mayo de 2017). *Documento de Apoyo: Plan de Mejora*. Recuperado de Ecuadorrec: <https://ecuadorec.com/documento-de-apoyo-plan-de-mejora-formato-excel-minedu/>

Molera, L. (11 de Setiembre de 2019). *Expectativas del cliente: 8 consejos clave para gestionarlas*. Recuperado de Hubspot: <https://blog.hubspot.es/service/gestionar-las-expectativas-del-cliente>

Molero, R. (2017). *Propuesta de un plan de mejora continua para la calidad de servicio en la Unidad de Gestión Educativa Local Santa*. Ancash.

Ochoa, V. (8 de Agosto de 2018). <https://gestion.pe/>. *Gestión*. Recuperado el 31 de Enero de 2019, de Diario Gestión: <https://gestion.pe/economia/67-clientes-aleja-servicio-mala-atencion-240918>

Pérez T., V. C. (2010). *Calidad Total en la Atención al Cliente*. Ideaspropias Editorial S.L.

- Prieto, W. (2017). *Plan de mejora para elevar la satisfacción del servicio a los clientes en las áreas de la Municipalidad de Jaén*. Jaén.
- Rodríguez, Á. (2018). *Plan de mejora de la calidad de servicio en Starbucks con sede en el C.C. Jockey Plaza*. Lima.
- Rubio, L., & De Lucas, S. (2019). *Un análisis de los principales indicadores de calidad de los aeropuertos de España, Chile, Brasil y Perú*. ACCI.
- Salvador, E. (2017). *Propuesta de mejora de la calidad del servicio en una empresa de pastelería & catering*. Lima.
- Sánchez, C. (26 de Octubre de 2010). <https://microfinanzas.pe/>. Recuperado de Microfinanzas: <https://microfinanzas.pe/editoriales/26-10-10-buen-y-mal-servicio-de-las-empresas-peruanas.html>
- Socorro, F. (21 de Diciembre de 2017). *Hacer seguimiento ¿por qué?* Recuperado de [Gerencia.com](https://degerencia.com/): https://degerencia.com/articulo/hacer_seguimiento_por_que/
- Solís, H. (2017). *Mejora de la calidad de servicio en una empresa de alimentos, Los Olivos 2017*. Lima. Recuperado de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/913/TITULO%20-%20Sol%C3%ADs%20Rivera%2C%20Haydee.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Tomás, J. (2009). *"Fundamentos de bioestadística y análisis de datos para enfermería"*. Bellaterra: Universidad Autónoma de Barcelona.
- Vargas, M., & Aldana, L. (2014). *Calidad y Servicio. Conceptos y Herramientas*. Colombia: Ecoe ediciones.
- Vargas, M., & Aldana, L. (2015). *Calidad y servicio: Conceptos y herramientas*. Ecoe Ediciones.
- Velásquez, F. (2002). "Escuelas e interpretaciones del pensamiento administrativo". *Estudios Gerenciales*, 31-55.
- Zorita, E. (2015). *Plan de Negocio*. ESIC Editorial.

ANEXOS

Anexo 1: Cuestionarios

						
PLAN DE CALIDAD EN EL SERVICIO PARA MEJORAR LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA EMPRESA UNIÓN SAC – SECCIÓN ABARROTES, SAN IGNACIO 2019						
CUESTIONARIO PARA MEDIR CALIDAD DEL SERVICIO						
Instrucciones:						
Considerar los siguientes valores						
1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Ni de acuerdo ni en desacuerdo						
4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo						
N°	ÍTEM					
	DIMENSIÓN 1: TANGIBILIDAD	1	2	3	4	5
1	La empresa Unión SAC posee equipos de apariencia moderna.					
2	Las instalaciones físicas de Unión SAC son cómodas y visualmente atractivas.					
3	Los empleados de Unión SAC muestran una apariencia adecuada.					
4	Los productos que ofrece la empresa Unión SAC son visualmente observables.					
	DIMENSIÓN 2: FIABILIDAD	1	2	3	4	5
5	Cuando en Unión SAC prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen.					
6	Cuando tengo alguna duda en Unión SAC, muestran un sincero interés en brindar una aclaración.					
7	Habitualmente Unión SAC ofrece un buen servicio.					
8	Unión SAC presta sus servicios en el menor tiempo posible.					
9	En Unión SAC insisten en evitar cometer errores en sus actividades y registros.					
	DIMENSIÓN 3: CAPACIDAD DE RESPUESTA	1	2	3	4	5

10	Los empleados de Unión SAC informan puntualmente y con sinceridad todo acerca de los productos de la empresa.					
11	Los empleados de Unión SAC ofrecen un servicio rápido y ágil.					
12	Los empleados de Unión SAC siempre están dispuestos a ayudar.					
13	Los empleados de Unión SAC le dedican el tiempo necesario para responder a sus preguntas.					
	DIMENSIÓN 4: SEGURIDAD	1	2	3	4	5
14	El comportamiento de los empleados de Unión SAC le trasmite confianza.					
15	Se siente seguro en las transacciones que realizó con la empresa Unión SAC.					
16	Los empleados de Unión SAC son siempre amables.					
17	Los empleados de Unión SAC tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.					
	DIMENSIÓN 5: EMPATÍA	1	2	3	4	5
18	Los empleados de la empresa Unión SAC brindan un atención personalizada.					
19	La empresa Unión SAC cuenta con un horario adecuado.					
20	Los empleados de la empresa Unión SAC ofrecen información personalizada.					
21	Los empleados de Unión SAC buscan lo mejor para los intereses del cliente.					
22	Los empleados de Unión SAC comprenden sus necesidades de manera específica.					

Anexo 2: Matriz de consistencia

Problema	Objetivo General	Hipótesis	Variables	Diseño Metodológico			
¿Cómo optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión SAC Sección abarrotes, San Ignacio 2019?	Proponer un plan de mejora para optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión S.A.C – Sección Abarrotes, San Ignacio 2019.	La propuesta de un plan de mejora permitirá optimizar la calidad de servicio en la empresa Comercial Unión S.A.C – Sección Abarrotes.	Variable Independiente:	Tipo de investigación	Nivel de Investigación	Método de diseño de Investigación	y de Investigación
	Objetivos específicos Diagnosticar la situación actual de la empresa Unión S.A.C en cuanto a calidad de servicio.		Plan de mejora	Descriptiva	Correlacional	Cuantitativo/No experimental	
	Diseñar un plan de mejora para optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión S.A.C.		Variable Independiente:	Población	Muestra	Instrumento	
			Calidad de servicio	La población estuvo constituida por 750 clientes	La muestra estuvo conformado por 254 clientes	Cuestionario	

Anexo 3: Procesamiento estadístico

Estadísticas de total de elemento				
	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
P1	72,17	216,282	,664	,942
P2	72,03	216,999	,645	,942
P3	71,63	221,964	,583	,943
P4	71,93	219,099	,613	,942
P5	72,40	221,834	,535	,943
P6	72,13	221,292	,735	,941
P7	71,87	214,671	,792	,940
P8	71,77	217,564	,754	,940
P9	72,40	218,455	,677	,941
P10	72,07	215,926	,643	,942
P11	71,83	213,454	,781	,940
P12	71,87	220,878	,650	,942
P13	71,97	220,930	,485	,944
P15	72,17	216,902	,644	,942
P16	71,90	213,955	,738	,940
P17	71,80	214,993	,756	,940
P18	72,20	220,855	,560	,943
P19	71,83	215,523	,689	,941
P20	71,73	225,237	,625	,943
P21	71,87	221,430	,577	,943
P22	71,83	217,385	,672	,941
P23	72,00	219,448	,465	,945

Anexo 4: Validación de instrumentos

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		SEGUNDO RENE OLANO ELIAS
PROFESIÓN		Lic. ADMINISTRACIÓN
ESPECIALIDAD		ADMINISTRACIÓN
EXPERIENCIA PROFESIONAL(EN AÑOS)		7 AÑOS
CARGO		ESPECIALISTA ADMINISTRATIVO
PLAN DE MEJORA PARA OPTIMIZAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA UNIÓN SAC – SECCIÓN ABARROTES, SAN IGNACIO 2019		
DATOS DEL TESISISTA		
NOMBRES	QUEVEDO JIMENEZ. YANINA IDANIA	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES	
INSTRUMENTO EVALUADO	Encuesta	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<p><u>GENERAL</u></p> <p>Proponer un plan de mejora para optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión S.A.C – Sección Abarrotes, San Ignacio 2019.</p> <p><u>ESPECÍFICOS</u></p> <p>Diagnosticar la situación actual de la empresa Unión S.A.C en cuanto a calidad de servicio.</p> <p>Diseñar un plan de mejora para optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión S.A.C.</p>	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 22 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de	

	Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
1. La empresa Unión SAC posee equipos de apariencia moderna. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	TA(9) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
2. Las instalaciones físicas de Unión SAC son cómodas y visualmente atractivas. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
3. Los empleados de Unión SAC muestran una apariencia adecuada. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
4. Los productos que ofrece la empresa Unión SAC son visualmente observables. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
5. Cuando en Unión SAC prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	TA(X) TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
6. Cuando tengo alguna duda en Unión SAC, muestran un sincero interés en brindar una aclaración.	TA(X) TD()

<p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7. Habitualmente Unión SAC ofrece un buen servicio</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TADX TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>8. Unión SAC presta sus servicios en el menor tiempo posible.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TADX TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. En Unión SAC insisten en evitar cometer errores en sus actividades y registros.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TADX TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10. Los empleados de Unión SAC informan puntualmente y con sinceridad todo acerca de los productos de la empresa.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TADX TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>11. Los empleados de Unión SAC ofrecen un servicio rápido y ágil.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TADX TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>12. Los empleados de Unión SAC siempre están dispuestos a ayudar.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>13. Los empleados de Unión SAC le dedican el tiempo necesario para responder a sus preguntas.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>14. El comportamiento de los empleados de Unión SAC le trasmite confianza.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. Se siente seguro en las transacciones que realizó con la empresa Unión SAC.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>16. Los empleados de Unión SAC son siempre amables.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>17. Los empleados de Unión SAC tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TADX TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>18. Los empleados de la empresa Unión SAC brindan una atención personalizada</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TADX TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>19. La empresa Unión SAC cuenta con un horario adecuado.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TADX TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>20. Los empleados de la empresa Unión SAC ofrecen información personalizada.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TADX TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>21. Los empleados de Unión SAC buscan lo mejor para los intereses del cliente.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TADX TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>22. Los empleados de Unión SAC comprenden sus necesidades de manera específica.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
--	--

<p>1. PROMEDIO OBTENIDO:</p>	<p>N° TA <u>22</u> N° TD _____</p>
<p>2. COMENTARIO GENERALES</p>	
<p>3. OBSERVACIONES</p>	



 Lic. SEGUNDO R. OLANO ELERA
 CLAD. N° 08258

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		<i>Emely Giuliana Magariño Achamán</i>
	PROFESIÓN	<i>Administración de Empresas</i>
	ESPECIALIDAD	<i>Administración</i>
	EXPERIENCIA PROFESIONAL(EN AÑOS)	<i>5</i>
	CARGO	<i>Docente</i>
PLAN DE MEJORA PARA OPTIMIZAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA UNIÓN SAC – SECCIÓN ABARROTES, SAN IGNACIO 2019		
DATOS DEL TESISTA		
NOMBRES	QUEVEDO JIMENEZ. YANINA IDANIA	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES	
INSTRUMENTO EVALUADO	Encuesta	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u>	
	Proponer un plan de mejora para optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión S.A.C – Sección Abarrotes, San Ignacio 2019.	
	<u>ESPECÍFICOS</u>	
	<p>Diagnosticar la situación actual de la empresa Unión S.A.C en cuanto a calidad de servicio.</p> <p>Diseñar un plan de mejora para optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión S.A.C.</p>	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	El instrumento consta de 22 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de	

	Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
<p>1. La empresa Unión SAC posee equipos de apariencia moderna. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TAX TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>2. Las instalaciones físicas de Unión SAC son cómodas y visualmente atractivas. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TAX TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3. Los empleados de Unión SAC muestran una apariencia adecuada. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TAX TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4. Los productos que ofrece la empresa Unión SAC son visualmente observables. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TAX TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>5. Cuando en Unión SAC prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TAX TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>6. Cuando tengo alguna duda en Unión SAC, muestran un sincero interés en brindar una aclaración.</p>	<p>TAX TD()</p>

<p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7. Habitualmente Unión SAC ofrece un buen servicio</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>8. Unión SAC presta sus servicios en el menor tiempo posible.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. En Unión SAC insisten en evitar cometer errores en sus actividades y registros.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10. Los empleados de Unión SAC informan puntualmente y con sinceridad todo acerca de los productos de la empresa.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>11. Los empleados de Unión SAC ofrecen un servicio rápido y ágil.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>12. Los empleados de Unión SAC siempre están dispuestos a ayudar.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>13. Los empleados de Unión SAC le dedican el tiempo necesario para responder a sus preguntas.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>14. El comportamiento de los empleados de Unión SAC le transmite confianza.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. Se siente seguro en las transacciones que realizó con la empresa Unión SAC.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>16. Los empleados de Unión SAC son siempre amables.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>17. Los empleados de Unión SAC tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>18. Los empleados de la empresa Unión SAC brindan una atención personalizada</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>19. La empresa Unión SAC cuenta con un horario adecuado.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>20. Los empleados de la empresa Unión SAC ofrecen información personalizada.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>21. Los empleados de Unión SAC buscan lo mejor para los intereses del cliente.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>22. Los empleados de Unión SAC comprenden sus necesidades de manera específica.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TAX TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
--	--

<p>1. PROMEDIO OBTENIDO:</p>	<p>N° TA <u>22</u> N° TD _____</p>
<p>2. COMENTARIO GENERALES</p>	
<p>3. OBSERVACIONES</p>	


CORLAB LAMBAYEQUE

LIC. EMBELY G. BAGARINO ADRIANZEN
MINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CLAD - 23922

INSTRUMENTO DE VALIDACION POR JUICIO DE EXPERTOS

NOMBRE DEL JUEZ		Lic. Rositaín Domínguez Flores.
	PROFESIÓN	Administración
	ESPECIALIDAD	Administración
	EXPERIENCIA PROFESIONAL(EN AÑOS)	3 años
	CARGO	Docente
PLAN DE MEJORA PARA OPTIMIZAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA UNIÓN SAC – SECCIÓN ABARROTOS, SAN IGNACIO 2019		
DATOS DEL TESISISTA		
NOMBRES	QUEVEDO JIMENEZ. YANINA IDANIA	
ESPECIALIDAD	ESCUELA DE ADMINISTRACION Y NEGOCIOS INTERNACIONALES	
INSTRUMENTO EVALUADO	Encuesta	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	<u>GENERAL</u>	
	Proponer un plan de mejora para optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión S.A.C – Sección Abarrotos, San Ignacio 2019.	
	<u>ESPECÍFICOS</u>	
	<p>Diagnosticar la situación actual de la empresa Unión S.A.C en cuanto a calidad de servicio.</p> <p>Diseñar un plan de mejora para optimizar la calidad de servicios en la empresa Unión S.A.C.</p>	
<p>EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS</p>		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO	<p>El instrumento consta de 22 reactivos y ha sido construido, teniendo en cuenta la revisión de la literatura, luego del juicio de expertos que determinará la validez de contenido será sometido a prueba de piloto para el cálculo de la confiabilidad con el coeficiente de alfa de</p>	

	Cronbach y finalmente será aplicado a las unidades de análisis de esta investigación.
1. La empresa Unión SAC posee equipos de apariencia moderna. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
2. Las instalaciones físicas de Unión SAC son cómodas y visualmente atractivas. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
3. Los empleados de Unión SAC muestran una apariencia adecuada. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
4. Los productos que ofrece la empresa Unión SAC son visualmente observables. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
5. Cuando en Unión SAC prometen hacer algo en cierto tiempo, lo hacen. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD() SUGERENCIAS: _____ _____ _____
6. Cuando tengo alguna duda en Unión SAC, muestran un sincero interés en brindar una aclaración.	TA <input checked="" type="checkbox"/> TD()

<p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7. Habitualmente Unión SAC ofrece un buen servicio 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>8. Unión SAC presta sus servicios en el menor tiempo posible. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. En Unión SAC insisten en evitar cometer errores en sus actividades y registros. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10. Los empleados de Unión SAC informan puntualmente y con sinceridad todo acerca de los productos de la empresa. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>11. Los empleados de Unión SAC ofrecen un servicio rápido y ágil. 1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>12. Los empleados de Unión SAC siempre están dispuestos a ayudar.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>13. Los empleados de Unión SAC le dedican el tiempo necesario para responder a sus preguntas.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>14. El comportamiento de los empleados de Unión SAC le transmite confianza.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. Se siente seguro en las transacciones que realizó con la empresa Unión SAC.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>16. Los empleados de Unión SAC son siempre amables.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA(<input checked="" type="checkbox"/>) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>17. Los empleados de Unión SAC tienen conocimientos suficientes para responder a mis preguntas.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TAX) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>18. Los empleados de la empresa Unión SAC brindan una atención personalizada</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TAX) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>19. La empresa Unión SAC cuenta con un horario adecuado.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TAX) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>20. Los empleados de la empresa Unión SAC ofrecen información personalizada.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TAX) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>21. Los empleados de Unión SAC buscan lo mejor para los intereses del cliente.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TAX) TD()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>22. Los empleados de Unión SAC comprenden sus necesidades de manera específica.</p> <p>1 = Totalmente en desacuerdo 2 = En desacuerdo 3 = Ni de acuerdo ni en desacuerdo 4 = De acuerdo 5 = Totalmente de acuerdo</p>	<p>TA <input checked="" type="checkbox"/> TD ()</p> <p>SUGERENCIAS:</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
--	---

<p>1. PROMEDIO OBTENIDO:</p>	<p>N° TA <u>22</u> N° TD _____</p>
<p>2. COMENTARIO GENERALES</p>	
<p>3. OBSERVACIONES</p>	


Mg. Adm. Rosalva Domínguez Flores
Ciudad N° 19705

Anexo 5: Carta de Autorización



R.U.C. N° 20114030695

Venta de una amplia gama de abarrotes, golosinas, bebidas y licores, entre otros.

Somos la primera practi-tienda san-ignacina que ofrece los beneficios del canal moderno en un nuevo formato, buscando cada vez estar cerca de nuestros clientes

CARTA DE AUTORIZACION

El que suscribe gerente general de la empresa comercial unión S.A.C, ha otorgado la Autorización a la Señora Yanina Idania Quevedo Jiménez identifica con DNI n°42711814, con domicilio en jirón progreso n°584, Distrito y Provincia de San Ignacio, departamento de Cajamarca, para que realice todo el trabajo del proceso investigación de la tesis titulada **"PLAN DE MEJORA PARA OPTIMIZAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA UNIÓN SAC – SECCIÓN ABARROTES, SAN IGNACIO 2019"**.

Se otorga la presente autorización para los fines que estime conveniente.

San Ignacio 09 de Enero 2020

Atentamente,

COMERCIAL "UNIÓN" S.A.C.

Liliana Torres
GERENTE



Av San Ignacio N° 454 – San Ignacio, Cajamarca, Perú
Principal 979 930 130
Vta. Mayorista 954 917 167
Sect. Namballe 942 921 817
grupounion2015@hotmail.com

Anexo 6: Fotos del interior de la empresa



Anexo 7: Evidencia de la aplicación de encuestas











