



**Autónoma**  
Universidad Autónoma del Perú

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN  
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN  
DE EMPRESAS**

**TESIS**

**“MEJORA CONTINUA Y CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA  
TOURING Y AUTOMÓVIL CLUB DEL PERÚ – 2018”**

**PARA OBTENER EL GRADO DE  
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTOR**

**MAYRA JULISSA LLAUCE MONTES**

**ASESOR**

**LIC. ADEMAR VARGAS DIAZ**

**LIMA, PERÚ, DICIEMBRE DE 2018**

## **DEDICATORIA**

Principalmente a mis padres que fueron y son los pilares de mi vida, siempre apoyándome en cada paso de mi vida. Por consiguiente, a mis familiares y amistades, que siempre estuvieron alentándome con sus palabras.

## **AGRADECIMIENTOS**

Primero, dar gracias a Dios, por iluminarme en cada decisión que tomo, por fortalecerme en mente y alma, por haber puesto en mi camino a personas maravillosas, que han sido mi soporte y compañía durante mi formación profesional.

Mi agradecimiento a la Universidad Autónoma del Perú, Facultad de Ciencias de Gestión, a los docentes de la Carrera de Administración, quienes me brindaron las pautas necesarias en mi investigación la cual me permitió concluirla.

Un agradecimiento especial a mis padres, quienes fueron pieza fundamental en todo éste camino, siempre alentándome y apoyándome para seguir adelante y no rendirme.

A la Alta Dirección y colaboradores de la empresa Touring y Automóvil Club del Perú, del distrito de Villa el Salvador, quienes me facilitaron información para poder aplicar y desarrollar el trabajo de investigación.

A mi asesor Ademar Vargas Díaz, por su apoyo y dirección en la elaboración de mi proyecto de investigación.

A mi profesor Ing. Zoilo Vásquez Ruiz, por su paciencia, y por su permanente guía en el presente trabajo; por su apoyo en la parte estadística de mi investigación, por sus pautas, y tiempo otorgado días antes de mi sustentación.

## RESUMEN

La situación problemática de la investigación permitió formular el problema: ¿Cómo la mejora continua se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018?

El propósito del estudio es poder determinar la relación entre las variables, la importancia reside en buscar herramientas de mejora continua en la empresa sujeta de estudio.

La hipótesis altera fue: existe relación significativa entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

El tipo de investigación es no experimental de corte transversal con un diseño descriptivo correlacional, la población estuvo conformada por 30 auxiliares de oficina, y con una muestra de 30 auxiliares de oficina.

Los instrumentos aplicados a la muestra presentan una alta confiabilidad mediante el estadístico alfa de Cronbach, 0.795 para el cuestionario de mejora continua y 0.898 para el cuestionario de calidad de servicio.

En la prueba de hipótesis se obtuvo un R de Pearson 0.603, con un p valor 0.000, por ello, se concluye que existe relación entre la mejora continua y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

La investigación se concluye que existe relación significativa entre la mejora continua y calidad de servicio; y se recomienda realizar capacitaciones de manera semanal con temas interesantes acerca de la calidad de servicio.

**Palabras clave:** Mejora continua, calidad de servicio.

## ABSTRACT

The problematic situation of the investigation allowed to formulate the problem: how the continuous improvement relates to the quality of service in the company touring and automobile Club of Peru – 2018?

The purpose of the study is to be able to determine the relationship between variables, the importance lies in seeking tools for continuous improvement in the company subject of study.

The hypothesis altered was: there is a significant relationship between continuous improvement and quality of service in the company touring and automobile Club of Peru – 2018.

The type of research is non-experimental cross section with a descriptive correlational design, the population was formed by 30 office auxiliaries, and with a sample of 30 office auxiliaries.

The instruments applied to the sample are highly reliable by the Cronbach Alpha Statistic, 0795 for the Continuous improvement questionnaire and 0898 for the quality of service questionnaire.

In the test of hypothesis was obtained an R of Pearson 0603, with a P value 0.000, therefore, it is concluded that there is relationship between the continuous improvement and quality of service in the company touring and automobile Club of Peru – 2018.

The research concludes that there is a significant relationship between continuous improvement and quality of service; And it is recommended to make weekly trainings with interesting topics about the quality of service.

**Keywords:** continuous improvement, quality of service.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA

AGRADECIMIENTOS

RESUMEN

ABSTRACT

INTRODUCCION

### **CAPITULO I PROBLEMA DE INVESTIGACION**

1.1	Realidad Problemática.....	2
1.2	Justificación e importancia de la investigación.....	7
1.3	Objetivos de la investigación: general y específicos.....	8
1.4	Limitaciones de la investigación.....	9

### **CAPITULO II MARCO TEÓRICO**

2.1	Antecedentes de Estudios.....	11
2.2	Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado....	27
2.2.1	Bases Teóricas de Mejora Continua.....	27
2.2.2	Bases Teóricas de Calidad de Servicio.....	38
2.3	Definición conceptual de la terminología empleada.....	50

### **CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO**

3.1	Tipo y diseño de investigación.....	53
3.1.1	Tipo de estudio.....	53
3.1.2	Diseño de investigación.....	53
3.2	Población y muestra.....	54
3.2.1	Población.....	54
3.2.2	Muestra.....	54
3.3	Hipótesis.....	55
3.4	Variables – Operacionalización.....	56
3.5	Métodos y técnicas de investigación.....	59
3.6	Descripción de los instrumentos utilizados.....	60

3.7	Análisis estadístico e interpretación de los datos.....	63
-----	---	----

## **CAPITULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

4.1	Validación del instrumento.....	65
4.2	Resultados descriptivos de las variables.....	67
4.3	Resultados descriptivos de las variables relacionadas.....	77
4.4	Prueba de la normalidad para la variable de estudio.....	78

## **CAPITULO V DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1	Discusiones.....	85
5.2	Conclusiones.....	88
5.3	Recomendaciones.....	90

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

## **ANEXOS**

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Operacionalización de la variable mejora continua.....	58
Tabla 2	Operacionalización de la variable calidad de servicio.....	58
Tabla 3	Resultados de la validación del cuestionario de mejora continua.....	65
Tabla 4	Índice de consistencia interna del cuestionario de la mejora continua.....	65
Tabla 5	Resultados de la validación del cuestionario de la calidad de servicio.....	66
Tabla 6	Índice de consistencia interna del cuestionario de la calidad de servicio.....	66
Tabla 7	Descripción de los resultados de los niveles de la variable mejora continua.....	67
Tabla 8	Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión de desempeño.....	68
Tabla 9	Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión de calidad de atención.....	69
Tabla 10	Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión de fiabilidad.....	70
Tabla 11	Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión de procesos.....	71
Tabla 12	Descripción de los resultados de los niveles de la variable calidad de servicio.....	72
Tabla 13	Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión de cortesía.....	73
Tabla 14	Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión de comunicación.....	74
Tabla 15	Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión de accesibilidad.....	75
Tabla 16	Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión de tangibilidad.....	76



Tabla 17	Análisis descriptivo de la relación entre la mejora continua y la calidad de servicio.....	77
Tabla 18	Prueba de Kolmogorov-Smirnov.....	78
Tabla 19	Correlación entre la mejora continua y la calidad de servicio.	79
Tabla 20	Correlación entre el desempeño y la calidad de servicio.....	80
Tabla 21	Correlación entre la calidad de atención y la calidad de servicio.....	81
Tabla 22	Correlación entre la fiabilidad y la calidad de servicio.....	82
Tabla 23	Correlación entre los procesos y la calidad de servicio .....	83

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1	El Ciclo de Deming o PDCA .....	32
Figura 2	La Mejora Continua .....	34
Figura 3	Evolución del concepto de Calidad .....	40
Figura 4	Diseño de investigación .....	54
Figura 5	Distribución porcentual de los niveles según la variable mejora continua.....	67
Figura 6	Distribución porcentual de los niveles según la dimensión de desempeño.....	68
Figura 7	Distribución porcentual de los niveles según la dimensión de calidad de atención .....	69
Figura 8	Distribución porcentual de los niveles según la dimensión de fiabilidad .....	70
Figura 9	Distribución porcentual de los niveles según la dimensión de procesos.....	71
Figura 10	Distribución porcentual de los niveles según la variable calidad de servicio.....	72
Figura 11	Distribución porcentual de los niveles según la dimensión de cortesía.....	73
Figura 12	Distribución porcentual de los niveles según la dimensión de comunicación.....	74
Figura 13	Distribución porcentual de los niveles según la dimensión de accesibilidad.....	75
Figura 14	Distribución porcentual de los niveles según la dimensión de tangibilidad.....	76
Figura 15	Análisis descriptivo de la relación entre la mejora continua y la calidad de servicio.....	75

## INTRODUCCIÓN

Podemos definir mejora continua de la calidad de servicio, que es un proceso sistemático de perfeccionamiento de la gestión empresarial para brindar al cliente.

La importancia de estas dos variables, no solo sirve para el buen funcionamiento de la gestión de calidad que brindamos, sino también para alcanzar la efectividad en temas empresariales.

Si bien en cierto la mejora continua llevada de la mano con la calidad de servicio es reconocida y aceptada como un elemento relevante para el correcto funcionamiento de la gestión de calidad y empresarial, muchas veces la perspectiva de mejora se ha centrado de forma limitada en la elaboración de procedimiento de acciones correctiva, obviándose la realidad de enfocar la mejora continua en la calidad de servicio como un proceso de constante seguimiento.

El tema de la presente tesis se titula “Mejora continua y Calidad de Servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú - 2018”. La situación problemática del estudio es la escasa calidad de servicio que se le brinda a los postulantes, que diariamente visitan las instalaciones del Touring y Automóvil Club del Perú.

Según Álvarez (1995) nos dice sobre calidad de servicio que es: “La amplitud de la diferencia que existe entre las expectativas o deseos de los clientes y su percepción de superación por el servicio prestado” (p.3).

El problema general es ¿Cómo la mejora continua se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018?

El objetivo principal de la presente investigación fue determinar la relación entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

Asimismo, la hipótesis planteada fue que: Existe relación significativa entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

El desarrollo integral de la investigación consta en cinco capítulos, los cuales se escriben a continuación:

En capítulo I, se presenta el planteamiento del problema que comprende: situación problemática, formulación del problema, objetivos, justificación y limitaciones.

El capítulo II, corresponde al marco teórico que abarca: antecedentes y bases teóricas, científicas.

En el capítulo III, se aborda el método de estudio que involucra: el tipo y diseño de investigación, población y muestra, hipótesis de la investigación, la operacionalización de variables, métodos y técnicas de investigación, descripción de los instrumentos utilizados, y análisis estadísticos e interpretación de datos de la investigación.

El capítulo IV, se manifiestan los resultados que involucran: el procesamiento y análisis de datos, así como también el contraste de las hipótesis.

El capítulo V, se dio a conocer las discusiones, conclusiones y recomendaciones.

Finalmente, se encuentran las referencias bibliográficas empleadas que complementan la investigación y que han sido el principal soporte para el perfeccionamiento de la presente investigación, así como también la recolección de datos y los anexos.

**CAPITULO I**  
**PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

## 1.1. Realidad problemática

Actualmente, a nivel mundial, la calidad en el servicio paulatinamente va tomando gran importancia en todos los negocios; por el simple hecho, de que los clientes siempre exigen lo mejor. La mayoría de las empresas no comprenden que el servicio al cliente es realmente una acción de ventas; servicio es “vender” puesto que estimula a los clientes a regresar a la empresa con mayor frecuencia y a comprar más.

A principios del siglo XXI, la calidad en el servicio empezó a tomar fuerza y a ser considerada un elemento primordial para destacar y darle un valor agregado a las empresas, ya que anteriormente, podía haber negocios que llevaban tiempo operando, pero como todo caminaba bien, no era tan relevante la formalización en cuestión de atención al cliente. Así, pues bien, vemos que la calidad del servicio se ha convertido y es utilizada en las empresas como una herramienta de diferenciación fundamental en términos de estrategia de marketing.

El objetivo principal es cumplir los requerimientos del cliente y cerciorarse de que todos los procesos de la organización contribuyan a satisfacer sus necesidades. Si los clientes están satisfechos con el producto y los estándares de servicio obtenidos, retornaran al mismo proveedor una y otra vez para todas sus adquisiciones.

Como menciona Tschohl (2009) en su trabajo: “En nuestra sociedad orientada al servicio, la calidad del mismo ha llegado a ser, para el éxito de las empresas, más importante que la calidad del producto” (p. 2).

Perú es uno de los países con menor número de empresas certificadas en gestión de calidad, es por eso, que la calidad en el servicio al cliente puede ser de gran utilidad para aquellas empresas que aún no creen en el valor de

este concepto. Los trabajadores son y siempre serán un factor clave para el éxito de las empresas, y particularmente se menciona, ya que al interactuar trabajador – cliente y si no es de la manera correcta, el cliente automáticamente se irá a la competencia y de ésta manera poco a poco perderíamos un lugar en el mercado.

Según el diario Gestión (2014) menciona: “el Perú reúne las condiciones para ofrecer la mejor atención al cliente de América Latina” (p. 1).

Los peruanos tienen “corazón de servicio” y son bastante creativos. Las empresas de comercio y telefonía están mejorando sus políticas de calidad. Pero aún el vaso está medio lleno, dijo Luis García Tello, catedrático de Universidad de Piura; donde en una entrevista personal con Luis García Tello lo primero que nos recuerda es que, el sector servicios generó 65 mil millones de soles de los 111 mil millones de soles del PBI acumulado entre el 2002 y el 2012. Y casi 60 de cada 100 empleados trabaja en una empresa del referido sector. Una vez conscientes de este aporte, el experto en Servicios al Cliente y Desarrollo de Productos, nos dio un panorama de la calidad de los servicios en el país.

¿Cuál es la situación del Perú respecto a la calidad de los servicios? Diría que estamos con el vaso medio lleno. Todavía la cantidad de experiencias de consumo negativas son mayores que las positivas. Sin embargo, tenemos ventajas, sobre todo en el aspecto personas. Los peruanos tienen un corazón de servicio y son creativos. Esas son características especiales con las que podríamos redondear bastante bien las mejoras: introducir un liderazgo, una guía adecuada y esquemas de gestión exitosos. Sin duda, nos tomará tiempo, pero es una tarea pendiente.

¿Qué actividades brindan una mejor y/o peor calidad de servicios? Es un sector con mucha diversidad de actividades, como comercio, salud, educación, transportes y comunicaciones, etc. También toda la parte

de servicios de consultorías. Sin duda, en el rubro comercio es donde más se ha crecido. Y donde existe un déficit de cobertura y calidad de atención es en salud y educación, que es donde se están dando los grandes cambios.

¿Los centros comerciales están mejorando su relación con los clientes? Como una actividad en crecimiento es natural que tenga casualmente la mayor cantidad de casos negativos de reclamos, pero se están viendo cambios, tanto en el diseño de los ambientes donde interactúa el trabajador con el cliente, así como en las políticas mismas de calidad. Se están implementando compromisos de calidad y garantías de servicios. Pero es un tema en que nos queda un trecho largo por recorrer. Yo diría que nos encontramos en el punto medio respecto a otros países.

Hay muchos reclamos contra las empresas de telefonía. ¿Cuál es su análisis? Se debe partir primero por cumplir la promesa del servicio básico, desde el punto de vista funcional y técnico. Velocidad en la navegación en Internet, por ejemplo. Hoy las empresas están invirtiendo mucho para mejorar la calidad de sus redes. Una vez cumplido este nivel, tienes que complementarlo con un servicio adecuado al cliente. En ese aspecto, se ha trabajado bastante y se sigue trabajando en cada una de las empresas de telecomunicaciones. Se introdujo a los clientes en el centro de la estrategia de las compañías. Se aplica un sistema muy completo de captar la experiencia a través de encuestas y escuchas.

La sensación es que te atienden mejor solo para vender sus productos. El porcentaje de reclamos por facturación, por ejemplo, se ha reducido drásticamente en los últimos años. El último dato del 2012, se redujo de 1.8% a prácticamente 1%. Igual tendencia se ve en el tiempo que toma responder un reclamo: desde el punto de vista regulatorio son 30 días, pero el tiempo promedio real se redujo a menos de 15 días o a 10 días. Aún queda mucho por avanzar, en realidad se debería responder en menor tiempo, pero hay un avance en la línea de mejora, tanto en tiempos como en calidad de respuestas.



Más productos, deberían incluir más calidad del servicio. Todavía existe mucho por avanzar. El tema aquí es que mensualmente se generan nuevos servicios y productos. Cada uno de ellos puede traer nuevas formas o nuevas posibilidades de error, lo cual genera reclamos. Es un tema del día a día, de mantenerse siempre pensando en que lo nuevo que salga debe ser perfecto, y debe tomar en cuenta la experiencia que tendrá el cliente con ese servicio.

¿Cuál debería ser nuestra meta? La calidad de servicios es un tema todavía con más toques negativos a nivel mundial, y a nivel de América Latina también estamos con muchos problemas. La ambición es que en el Perú le demos un vuelco a este panorama y, apalancados en las personas, logremos que la calidad de nuestros servicios sea lo mejor de la región. Y hacia eso debemos orientar las actividades: tratar de que cada vez se difundan más los casos positivos y de éxito. Replicar lo que se ha hecho en la gastronomía: difundir las mejores experiencias. En lugar de solamente comentar aspectos negativos y quejas, rescatar experiencias positivas. ([p. 1 – 3]).

En este caso, hoy en día, el TACP abarca todo el mercado limeño, es por eso que en los últimos meses decenas de usuarios se quejan por las colas excesivas y el colapso de las sedes donde se realizan los trámites para obtener el breveté. Una cola de más de doscientos metros es habitual en las afueras del TACP de Conchán. Situación similar se aprecia en la sede de Lince.

En Conchán se rinden las pruebas de manejo y conocimiento más de 1000 personas al día. Obviamente, no todas aprueban.

De otro lado, la región Callao ofrece una alternativa para descongestionar las sedes del MTC y el TACP. Desde mediados del año pasado la Unidad de Licencias de la Gerencia de Transportes tiene la facultad de entregar brevetes a usuarios de Lima y Callao.

"Mensualmente entregamos un promedio de 3 mil patentes. Incluso tenemos dos circuitos para pruebas de manejo y en nuestra sede de Bellavista (Mall Aventura Plaza) atendemos de lunes a domingo de 8:00 am a 8:00 pm", señala el gerente de transporte, Jorge Villarreal.

La razón de implementar una mejora continua en la calidad de servicio de la empresa Touring y Automóvil Club del Perú, para que sean traducidos en un mejor servicio al cliente.

La mala comunicación que hay entre el personal y el cliente produce las frecuentes quejas del cliente a la empresa TACP; es decir, la interacción del personal con el cliente no es de la más correcta, esto podría ser por la desmotivación que presenta el personal en la empresa la cual ocasiona la insatisfacción del cliente.

Con respecto a la mejora continua, podemos decir que este podría significar mucho para perfeccionar la calidad de servicio al cliente del TACP ya que lo que se busca es que este pueda recibir el mejor servicio brindado por el personal.

Así pues, es importante mencionar que el plan anual de mejoramiento, es un sistema que sirve para planear el futuro del mejoramiento de cada actividad y determina el alcance de trabajo de los grupos de mejoramiento.

El análisis realizado, respecto a la importancia de las variables de estudio a nivel mundial, nacional y local, permite la formulación de los siguientes problemas de investigación.

## **Problema general**

¿Cómo la mejora continua se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018?

## **Problemas específicos**

¿Cómo el desempeño se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018?

¿Cómo la atención se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018?

¿Cómo la fiabilidad se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018?

¿Cómo los procesos se relación con la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018?

## **1.2. Justificación e importancia de la investigación**

En la actualidad, toda empresa presenta problemas. La empresa TACP, no es la excepción, ya que se requiere de cambiar paradigmas practicados y proponer acción de mejora frente a estos problemas y poder hallar la solución. La presente investigación se justifica por las siguientes razones:

En el aspecto teórico, la presente investigación tiene como objetivo principal, conocer a profundidad las herramientas y/o pautas sobre la mejora continua en relación a la calidad de servicio, ya que, hoy en día, el trabajador en nuestra principal fuente de ingresos y es por ello que debemos reconocerlo y cuidarlo para que llevados de la mano podremos lograr el mismo objetivo

En el aspecto práctico, la presente investigación busca implementar pautas de mejora continua a la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – Villa el Salvador – 2018, puesto que brindará la utilización eficiente de las herramientas que permitan tener conocimiento de lo que es la mejora continua y con ello potenciar el servicio hacia los clientes

En el aspecto metodológico, el investigador propuso el instrumento de investigación que le permitirá recoger datos sobre la variable mejora continua y calidad de servicio, de las cuáles, dicho instrumento consta en la elaboración de 35 ítems para la variable mejora continua y 35 ítems de calidad de servicio, donde al contar con los resultados esperados, fueron validados por criterios expertos, este mismo proceso aplicado en ambas variables.

### **1.3. Objetivos de la investigación: general y específicos**

#### **Objetivo general**

Determinar la relación entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

#### **Objetivo específico**

Determinar la relación entre el desempeño y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

Determinar la relación entre la atención y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

Determinar la relación entre fiabilidad y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

Determinar la relación entre los procesos y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

#### **1.4. Limitaciones de la investigación**

Las limitaciones que se presentaron en el desarrollo de la presente investigación fueron las siguientes:

##### **Limitaciones bibliográficas**

La bibliografía es moderada, se ha encontrado pocas investigaciones que analicen ambas variables a la vez: mejora continua y calidad de servicio. En su mayoría son tratadas cada variable por separadas.

##### **Limitación teórica**

Pocos antecedentes de investigación relacionada con la temática presentada.

**CAPÍTULO II**  
**MARCO TEÓRICO**

## **1.5. Antecedentes de Estudios**

### **Internacionales**

Gaitán (2017) en su tesis titulada: “Proyecto de Mejora de Servicio al Cliente en la Empresa Distribuciones AC SAS”, ubicado en la ciudad Bogotá – Colombia, desarrollada en la Universidad Santo Tomás, para obtener el grado de título profesional de Administración de Empresas, utilizando el diseño metodológico de tipo descriptiva con una muestra de 20 clientes, llegando así a las siguientes conclusiones:

El proyecto tiene como objetivo mejorar el servicio al cliente en la empresa Distribuciones AC SAS para que la organización crezca económicamente y mejore su posicionamiento estratégico en el mercado.

Dadas las situaciones de la empresa, el presente proyecto busca implementar en la organización Distribuciones AC SAS un plan de acción de mejora del servicio al cliente.

Para diagnosticar el o los posibles problemas que la organización tiene internamente, los cuales de una u otra manera afecta directamente al cliente externo, se trabaja con información recolectada en encuestas realizadas tanto a empleados como a clientes externos de la empresa sede Bogotá, el 5 de noviembre del año 2016 y un histórico contable donde se refleja la afectación de la relación con los clientes, lo ha conllevado a inestabilidad financiera de la empresa.

La alternativa de solución propuesta es una buena opción de mejora para resolver las muchas inconformidades que los clientes tienen con el servicio ofrecido por parte de la empresa Distribuciones AC SAS.

Cuando se ajusta el salario de los funcionarios se connota, agradecimiento por la labor desempeñada, de inmediato nace en ellos un incentivo para seguir trabajando con entusiasmo, en busca de coadyuvar al crecimiento de la empresa.

Con la compra de los equipos tecnológicos se facilita el desarrollo de las actividades, se genera respeto y ambiente agradable de trabajo tanto para el cliente interno como externo ya que se está invirtiendo calidad de tiempo.

Con el proyecto en marcha se genera confianza, agilidad, respeto, compromiso tanto en clientes internos como externos, que finalmente se ve reflejado en los movimientos contables, crecimiento de ventas, aumenta la rotación de stocks y mejora la economía de la empresa.

Fernández (2015) en su tesis: “Calidad en Atención a Usuarios de la Administración Pública”, ubicada en la ciudad de Esquel – Argentina, desarrollada en la Universidad F.A.S.T.A., para obtener el grado de Licenciado de Administración de Empresas; utilizando un diseño metodológico de tipo descriptiva contando con una población finita (11.848 afiliados), de las cuales serán encuestados a 372 personas para que se dé un nivel de confianza del 95% y un 5% de margen de error, llegando así a las siguientes conclusiones:

La administración pública no tiene por objetivo obtener beneficios, esto hace que no se les dé la suficiente importancia a factores claves como la mala calidad en la gestión y en la atención al ciudadano.

Teniendo en cuenta esto, el objetivo de la presente investigación consistió en diagnosticar la calidad en el servicio de atención a los afiliados del Instituto de Seguridad Social y Seguros de la provincia de Chubut, en la ciudad de Esquel, para así determinar el nivel de satisfacción de los mismos



en el área de obra social de la institución y la posterior elaboración de propuestas de mejora sobre las dimensiones insatisfechas.

En la presente investigación lo que se pretende determinar es saber cuál es la calidad desde la perspectiva de los clientes, de su satisfacción en relación con su atención.

En relación a los resultados expuestos en las conclusiones sobre el diagnóstico que se dio sobre la atención al afiliado en la obra social SEROS, se procede a plantear propuestas de mejora de las dimensiones de calidad que han tenido una discrepancia mayor entre percepción y expectativa, como son: Amabilidad y cortesía, Capacidad de respuesta y Transparencia. Asimismo, hemos visto que, si bien hay un alto grado de satisfacción en relación a la Competencia de los empleados de la obra social, se cree necesario reforzar la dimensión ya que, en orden de importancia, es el atributo que mayor expectativa genera por parte de los afiliados.

En tanto, las dimensiones de Amabilidad y cortesía, Capacidad de respuesta son las que mayor insatisfacción presentan. Esto demuestra que, la disposición de los empleados a atender a los afiliados de forma cordial, con respeto y consideración, la agilidad y celeridad con que los empleados tratan sus gestiones son las dimensiones que generan menos perspicacia. Sin embargo, estos dos atributos son los que mayor interés tienen por parte de los afiliados. Se encuentran en el segundo y tercer puesto, respectivamente. Estos son aspectos críticos a mejorar ya que han sido señaladas como pilares por los afiliados y tienen reducido el nivel de satisfacción.

Al detenernos a observar la dimensión Transparencia, podemos determinar que una parte de los afiliados no sabe o no contesta sobre ello, y la otra parte, manifiesta su insatisfacción, lo cual significa que no tiene información sobre la calidad en atención a usuarios de la Administración Pública. Esta dimensión, ha arrojado, en la lista de importancia de los afiliados según sus expectativas, el séptimo puesto entre las diez.

Sobre la dimensión Confiabilidad, los afiliados, en su mayoría, se encuentran satisfechos y a nivel expectativa, esta cuarto en el orden de relevancia.

La dimensión Competencia se encuentra en el primer puesto de expectativas, es decir, los afiliados esperaran, ante todo, que los empleados tengan el conocimiento y la preparación adecuada a la hora de atenderlos y prestarles el servicio. Si bien el afiliado se encuentra satisfecho, al ser la principal expectativa que desean cumplimentar, es necesario reforzarlo y no desatenderlo en pos de la mejora continua.

Hidalgo (2015) en su tesis: “Modelo de Gestión para Mejorar la Calidad de Atención al Usuario del Gadm Canton Babahoyo” ubicada en la ciudad de Babahoyo – Ecuador, desarrollada en la Universidad Regional Autónoma de los Andes, para obtener el grado de título de Ingeniero de Administración de Empresas y Negocios, utilizando un diseño metodológico descriptivo y una muestra de 384 funcionarios; llegado así a las siguientes conclusiones:

El fin de esta investigación es, por una parte, identificar y comprender la relación entre los procesos y los resultados del desempeño organizacional y por otra, determinar la eficacia de la aplicación de los criterios Baldrige como un modelo de gestión para una organización pública que le permita obtener la excelencia en el desempeño.

El proceso de implementación de un Modelo de Gestión para mejorar la calidad de servicio a los usuarios es clave para que una institución pública mantenga su prestigio ante la sociedad, la única forma de mantenerse es ofrecer un compromiso serio de calidad, asegurándose un futuro efectivo y de confianza, utilizando un sistema administrativo de calidad bien planeado y documentado.

Uno de los objetivos más importantes de los gobiernos modernos es el de mejorar la capacidad de proporcionar servicios eficaces que respondan a las necesidades y expectativas de los usuarios.

El propósito central de esta investigación fue realizar una propuesta para implementar un Modelo de Gestión que mejore la calidad de atención a los usuarios del GADM de Babahoyo, definir una estructura organización, los procesos, las responsabilidades, los procedimientos, corregir fallas, mejorar la eficiencia y reducir los costos. El resultado final del proyecto deberá ser una metodología documentada y adecuada y un sistema de Gestión de Calidad implementado que nos permita formalizar el logro de la calidad en la Municipalidad.

La población meta que se tomara la muestra para la presente investigación, será dividida y realizada en dos sectores: Urbano/Rural y al personal que labora en la institución, lo que ayudara a tener un mejor punto de vista a la hora de tomar la decisión de factibilidad o no del proyecto elegido, se aplicó la fórmula de muestreo.

El diseño de un modelo de gestión de calidad adaptado a la realidad de municipio de Babahoyo, mejora notablemente procesos administrativos de la institución y la acerca a la satisfacción, aumento e idealización de sus usuarios.

El modelo de gestión para mejorar la calidad en la atención a los usuarios del GADM del cantón Babahoyo, es validado por expertos en el tema, quienes consideran que los procesos actualmente levantados son los más relevantes al momento, pero sin embargo es importante en el mediano plazo, considerar la inclusión de todos los aspectos operativos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Babahoyo.

En el presente estudio hace referencia a la aplicación de una Gestión por Procesos en la Gestión Estratégica y Gestión Administrativa, definiendo los procesos estratégicos, claves y de soporte a través de los resultados obtenidos de un diagnóstico situacional detallado en la presente investigación.

Tórrez (2015) en su tesis: “La Gestión Administrativa y su Impacto en la Mejora Continua hacia la Calidad en la Empresa Matagalpa Coffee Group, en el Municipio de Matagalpa, Departamento De Matagalpa, 2013- 2014”, desarrollada en la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, para obtener el grado de Master en Gerencia Empresarial, utilizando un diseño metodológico de tipo sistemático de corte transversal, con un muestro no probabilístico ya que proporciona la ventaja de no requerir tanto de una representatividad de elementos de una población; llegando así a las siguientes conclusiones:

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar la gestión del proceso administrativo y conocer cuál es su impacto para la mejora continua hacia la calidad en la empresa Matagalpa Coffee Group, en el municipio de Matagalpa, departamento de Matagalpa, en el periodo 2013-2014.

La relevancia del estudio realizado repercute internamente hacia la empresa que fue sujeta de la investigación, ya que permitirá llevar a cabo grandes procesos de cambio que garantizarán su existencia en el tiempo. Los principales beneficiarios del estudio es la empresa en disertación, además un documento que servirá de consulta en la biblioteca para futuros estudios que tengan la misma línea de investigación.

Para realizar este estudio se aplicaron entrevistas, encuestas, guía de observación y guía de análisis documental, los resultados se analizaron de manera cuantitativa y cualitativamente.

Sus principales conclusiones consisten que la administración se lleva a cabo de manera empírica ya que no tienen una cultura de planificación a ningún nivel y la ausencia del establecimiento de indicadores de medición en las perspectivas organizacionales.

El proceso administrativo en la empresa Matagalpa Coffee Group no cuenta con planes estratégicos donde se formulen las estrategias de las operaciones y lograr de esta manera el acatamiento de los objetivos y metas ya que la empresa en estudio tiene un sistema de administración empírico que no tienen una cultura de planificación en ningún nivel, ni estratégico, ni táctico, ni operativo, siendo su gestión con un nivel muy bajo.

Los procesos de calidad a través del aseguramiento del control de los procesos de calidad para obtener productos sin defectos son carentes, debido a que no cuentan con plan de calidad donde se puedan apreciar la revisión de los procesos, falta de realización de auditorías internas de calidad y por lo tanto no hay corrección de las no conformidades y acciones de mejora. No existen documentados los procedimientos y tampoco se aplica el proceso de retroalimentación más importante para evaluar los procesos de calidad como es la medición de la satisfacción de los clientes.

Indicadores de gestión no existen determinados en las etapas de los procesos, omitidos en las perspectivas: financieras, del cliente, procesos internos y aprendizaje y crecimiento, no se cuenta con ningún tipo de indicador para evaluar el cumplimiento de los objetivos y metas en la organización.

Para dar respuesta al objetivo propositivo se presenta propuesta de modelo para mejorar la gestión empresarial de la empresa en estudio Matagalpa Coffee Group.

Suquillo (2014) en su tesis: “Mejoramiento Continuo de la Calidad de Atención en el Servicio de Imagenología del Hospital del Día IESS Sangolquí, 2013 - 2014”, ubicada en la ciudad de Quito – Ecuador, desarrollada en la Universidad Central del Ecuador, para obtener el grado de Maestría en Gestión de Salud, utilizando un diseño metodológico tipo descriptivo y transversal, con una muestra de 200 pacientes; llegando así a las siguientes conclusiones:

El objetivo específico es realizar un proyecto de gestión por procesos en el Servicio de Imagenología del Hospital del Día Sangolquí del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), como estrategia de "Mejoramiento continuo de la calidad de atención", a fin de satisfacer las necesidades de los usuarios.

Resultados: El 14% de los usuarios califican de malo el tiempo de espera en el Agendamiento de citas, el 10% considera de mala calidad la información, el 12% de ellos calificó como muy mal y el 45% como mal, el plazo para la realización de los estudios,( es decir el 57% tiene una percepción negativa de esto), en tanto que el 9% considera como malas las respuestas a las dudas sobre los estudios, también el 57% de los encuestados califica como mal y muy mal el plazo de entrega de resultados de los estudios, finalmente el 24% considera mala la calidad del servicio en forma general.

Conclusiones: En base a los resultados obtenidos con las herramientas de calidad sobre las percepciones negativas de la encuesta de satisfacción se pudo observar que las causas que necesitan ser intervenidas son: personal profesional insuficiente; Incumplimiento de los protocolos del servicio de Imagenología; Manuales de procesos no actualizados, falta de mantenimiento preventivo de los equipos.

Este departamento pretende desarrollar estrategias tendientes a garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad en la prestación del

servicio; ofreciendo a los usuarios accesibilidad en la información, seguridad y una atención oportuna, personalizada, integral y continua. Para hacer efectiva la gestión por procesos, realizada en este trabajo de investigación es conveniente continuar con el mismo mediante el levantamiento y evaluación de los procesos del servicio de Imagenología, establecidos y de los que faltan, responsabilizando a los involucrados en forma rotativa; a la vez que se informe todo esto en una reunión con todo el personal para determinar avances o retrocesos en los procesos.

En cuanto al espacio físico 100%, la limpieza 78% y la comodidad de las instalaciones 90%, fueron calificadas positivamente. Cabe mencionar también que existe una mayor asistencia de los usuarios que poseen un Seguro general representado por el 48% del total de entrevistados, seguido por los usuarios Jubilados y en menor asistencia los que poseen seguro campesino, seguro voluntario, montepío y los menores de 18 años.

Así el propósito de este trabajo de investigación, fue buscar implementar una gestión por procesos por parte de la investigadora en el servicio de Imagenología del Hospital del día Sangolquí, atendiendo a los principios de orientación al usuario.

### **Antecedentes Nacionales**

Vergara (2017) en su tesis: "Propuesta de Mejora en el Proceso de Atención al Cliente en una Agencia Bancaria", ubicado en la ciudad de Lima, desarrollada en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas; para obtener el grado de Título Profesional de Ingeniero Industrial, utilizando un diseño metodológico tipo descriptiva con una muestra de 150 personas; llegando así a las siguientes conclusiones:

El objetivo principal de la tesis fue elaborar la propuesta basada en la Gestión por Procesos, con la que, a través del compromiso de todo el

personal, programas de capacitación y la elaboración de procedimientos, así como el control y monitoreo respectivos se puede aportar en gran medida a mejorar éstos índices y a reducir los tiempos de espera de cada cliente.

Para la evaluación se hizo uso de la matriz AHP (Analytic Hierarchy Process) para poder hallar los pesos de cada factor clave, luego se fijarán puntajes para cada metodología y, finalmente, se determina cuál de éstas tuvo el mayor puntaje.

De las tres metodologías presentadas para la solución del problema se utilizó la Gestión por Procesos, ya que esta metodología obtuvo el mayor puntaje, 4.35 de un máximo de 5 frente a las demás.

El enfoque basado en Gestión por Procesos y la Mejora Continua reflejan la importancia de llevar un plan de control, monitoreo y seguimiento de los procesos en orden de conocer los resultados obtenidos y se verifica que se cumple con el objetivo planteado: el tiempo de espera disminuyó de 6.5 minutos a 3.5 minutos.

Se recomienda al banco seguir con la capacitación continua del personal para contar con colaboradores mejor entrenados que puedan trabajar y atender de manera óptima.

Luego de que se complete la Gestión por Procesos en la agencia en estudio, se recomienda implementarlo a nivel de todo Lima y luego de examinar los resultados, ejecutarlo a nivel nacional.

Continuar con la implementación de la Gestión por Procesos a otras áreas de banco en orden de seguir buscando la mejora continua.

Arrascue y Segura (2015) en su tesis: "Gestión de Calidad y su Influencia en la Satisfacción del Cliente en la Clínica de Fertilidad del Norte "Clinifer" ubicado en la ciudad de Chiclayo" desarrollada en la Universidad Señor de



Sipán, para obtener el grado de Licenciado en Administración de Empresas, utilizando un diseño metodológico no experimental cuantitativa descriptiva correlacional con una muestra de 9 trabajadores y una muestra finita de 32 clientes; llegando así a las siguientes conclusiones:

El presente proyecto tiene como objetivo determinar la influencia que existe entre calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la clínica de fertilidad del norte "CLINIFER".

Se utilizó un cuestionario estructurado de 26 preguntas con opción única y de calificación que evalúan los indicadores y las variables tanto independiente como dependiente, validado por especialistas.

De acuerdo a los datos obtenidos de las variables estudiadas y contrastados con las teorías correspondientes de cada dimensión, se ha conseguido que, si existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la Clínica de Fertilidad CLINIFER, por tanto, se acepta la hipótesis de trabajo (H1) y rechazamos la hipótesis nula (Ho).

Al analizar la calidad de servicio se demostró un alto promedio de 89%, en equipamiento, ambientes amplios, instalaciones limpias, diagnósticos fiables de confianza y seguridad 100%, uniformados e identificados, atención inmediata 78% y horario flexible 89%.

El nivel de satisfacción del cliente es un promedio alto de 97%, el servicio es útil en un 100%, supero sus expectativas, volvería a solicitar el servicio, precios aceptables, atención personalizada y completa satisfacción brindada en 97%.

Hemos concluido en las siguientes estrategias para mejorar la calidad en la atención al cliente y su satisfacción: mantenimiento de infraestructura,

instaurar un protocolo de atención al cliente, capacitar al personal y brindar seguridad hospitalaria.

Se validó las estrategias de la propuesta por el Dr. Julio E. Patazca Ulfe, empleador en el área de medicina familiar.

Y, por último, se recomienda mantener o mejorar la calidad de servicio en la satisfacción del cliente; en la infraestructura instaurar un protocolo de atención al cliente, capacitar al personal y brindar seguridad hospitalaria.

Ocola (2015) en su tesis: “La Mejora Continua y su Relación con la Calidad de Servicio en la Plataforma de Atención al Usuario del Hospital del Niño ubicado en el Distrito de Breña”, desarrollada en la Universidad Cesar Vallejo, para obtener el grado de Licenciada de Administración, utilizando un diseño metodológico de tipo descriptiva correlacional y un diseño de investigación no experimental transversal con una población de 215 personas y una muestra significativa de 138 usuarios; llegando así a las siguientes conclusiones:

El presente trabajo de investigación fue aplicada a los usuarios de la plataforma de atención del Hospital del Niño, distrito de Breña. Se buscó determinar como la mejora continua se relaciona con la calidad de servicio a los usuarios que asisten a esta institución.

Los datos se recogieron a través de un cuestionario, para este estudio se utilizaron dos encuestas para cada variable estructuradas con 20 ítems para cada una, bajo la escala de Likert.

La confiabilidad de dichas encuestas se calculó a través del coeficiente alfa de Cronbach. Una vez recolectados los datos en campo mediante el instrumento, dicha información fue tabulada Excel y registrada en una matriz

de datos e ingresada al programa estadístico SPSS V.19.0 para su respectivo procesamiento de análisis e interpretación.

Se obtuvo como resultado que la Mejora Continua se relaciona positiva y significativamente con la Calidad de Servicio en la plataforma de atención del Hospital del Niño.

Concluimos que un adecuado plan de mejora continua permitirá corregir los errores que se estén cometiendo en la atención y por lo tanto incrementar la calidad de servicio.

Se ha determinado que existe una relación positiva y altamente significativa entre la mejora continua y la calidad del servicio en la plataforma de atención al usuario del Hospital del Niño, distrito de Breña, año 2015. De lo anterior podemos decir que un adecuado plan de mejora continua permitirá corregir los errores que se estén cometiendo en la atención y por lo tanto incrementar la calidad de servicio.

Se ha determinado que existe una relación positiva y altamente significativa entre la planificación y la calidad del servicio en la plataforma de atención al usuario del Hospital del Niño, distrito de Breña, año 2015. De lo anterior podemos decir que la planificación es un proceso fundamental que determina un problema, analiza sucesos pasados y permite diseñar planes y programas que permitan mejorar la calidad de servicio.

Se ha determinado que existe una relación positiva y significativa entre el liderazgo y la calidad del servicio en la plataforma de atención al usuario del Hospital del Niño, distrito de Breña, año 2015. De lo anterior podemos decir que el liderazgo es el factor determinante en la calidad de servicio, ya que los trabajadores deben tener clara la visión y misión para sentirse comprometidos con su equipo y objetivos de la empresa.

Se ha determinado que existe una relación positiva y altamente significativa entre los procesos y la calidad del servicio en la plataforma de atención al usuario del Hospital del Niño, distrito de Breña, año 2015. De lo anterior podemos decir que el desarrollo correcto de los procesos de atención permitirá mejorar la calidad de servicio.

Se ha establecido que existe una relación positiva y altamente significativa entre los resultados y la calidad del servicio en la plataforma de atención al usuario del Hospital del Niño, distrito de Breña, año 2015. De lo anterior podemos decir que la recolección y verificación de los resultados de acciones o procesos permitirá tomar medidas correctivas para no incidir en lo mismo, y establecer ciertos estándares.

Vásquez y López (2015) en su tesis: “Propuesta de Mejora de la Calidad de Servicio en el Policlínico Chiclayo Oeste ubicado en la Ciudad de Chiclayo”, desarrollada en la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo – Chiclayo, para obtener el grado de Licenciado en Administración de Empresas, utilizando un diseño metodológico de tipo descriptiva con una muestra de 270 personas; llegando así a las siguientes conclusiones:

El objetivo principal es determinar las percepciones y expectativas con respecto a la problemática de la calidad de servicio del policlínico CHO, ubicado en la ciudad de Chiclayo durante el período 2013.

El análisis estadístico, se basó en una población de 50848 asegurados (Base de datos del policlínico CHO, 2012) de 18 años en adelante, cuya muestra a estudiar fue de 270 personas pertenecientes a los distritos de Pimentel, San José, Pomalca, Tuman y un sector proporcional de la ciudad de Chiclayo.

Para el cálculo de tamaño de muestra, se necesitó total de asegurados acreditados de 18 años en adelante; que fueron hallados en la fuente secundaria Análisis de Situación de Salud Local (ASIS CHO) realizada por el

licenciado Jorge Castillo en el período 2012, para luego aplicar la fórmula estadística; basado en un muestreo intencional, con un nivel de confianza del 95%.

Y las conclusiones son:

Para poder hallar las expectativas y percepciones de los pacientes se utilizó la metodología SERVQUAL (se emplearon cinco dimensiones: elementos tangibles, fiabilidad, seguridad, empatía y capacidad de respuesta).

La dimensión fiabilidad se encuentra entre el rango negativo de 24.23 a 60.55, con un promedio final de 41.08 lo que indica un nivel de insatisfacción moderado, dado que los asegurados esperan que el proceso de entrega de citas sea rápido y que el tiempo de servicio de atención sea mayor, respetando siempre el horario programado.

La dimensión capacidad de respuesta se encuentra entre el rango negativo de 23.34 a 58.33, con un promedio final de 44.72 lo que indica un nivel de insatisfacción moderado, debido al largo tiempo de espera para ser atendidos y para recibir el servicio ofrecido por el área de farmacia.

La dimensión seguridad se encuentra entre el rango negativo de 23.34 a 58.33, con un promedio final de 34.43 lo que indica un nivel de insatisfacción moderado, pues los asegurados perciben que el personal médico no se toma el tiempo necesario para realizarles una consulta minuciosa, ni les absuelven todas sus dudas al recibir su diagnóstico.

La dimensión empatía se encuentra entre el rango negativo de 14.01 a 35, con un promedio final de 20.82 lo que indica un nivel de insatisfacción moderado, dado que los asegurados esperan que el personal de salud los trate con mayor amabilidad, respecto y paciencia en todo momento.

La dimensión elementos tangibles se encuentra entre el rango negativo de 15.12 a 37.78, con un promedio final de 19.25 lo que indica un nivel de insatisfacción moderado, dado que las instalaciones no son las correctas para el funcionamiento de un policlínico según el personal médico.

Solís (2015) en su tesis: “Mejora de la Calidad de servicio en una empresa de alimentos en el distrito Los Olivos – 2017”, desarrollada en la Universidad Norbert Wiener - Lima, para obtener el grado de Licenciada en Administración y Negocios Internacionales, utilizando un diseño transversal no experimental con una muestra de 300 personas; llegando así a las siguientes conclusiones:

Primero: Al culminar este trabajo de investigación en la empresa Doaydan S.A.C, se hizo la propuesta de mejora de la calidad de servicio a través del ciclo Deming, el cual se divide en cuatro etapas muy importantes para dar solución al problema y son planear, hacer, verificar y actuar, es una estrategia de mejora continua las cuales deben llevarse a cabo consecutivamente en cada área para lograr los objetivos.

Segundo: Se examinaron los resultados obtenidos de las encuestas realizadas a los clientes y entrevistas a expertos el cual se concluye que la calidad de servicio en el restaurante, es regular y lo que se quiere es llegar a un nivel óptimo del 100%, con el desarrollo de la propuesta se espera alcanzar a un 90%.

Tercero: En el proceso de investigación realizada se ha teorizado las herramientas administrativas y de calidad que fundamentan los conceptos imprescindibles para brindar un servicio de calidad con la finalidad de incrementar las ventas en restaurante. Y no solamente ello sino también cumplir con las exigencias de los clientes logrando satisfacer sus necesidades.

Cuarto: La propuesta ha sido diseñada con el propósito de mejorar la calidad de servicio, para ello se programa un taller de capacitación que permita desarrollar nuevas habilidades orientadas a desarrollar una mejor adaptación personal y social y una mejor atención a los clientes y tener una 107 mejor actitud empática y reconocer al cliente como el factor principal en su atención personalizada.

Quinto: El trabajo de investigación y la creación de la propuesta para la calidad de servicio, se ha orientado en los conocimientos de profesionales especialistas en calidad y expertos en el rubro, los mismos que aprobaron y dieron pase para implementación de la propuesta.

Sexto: La creación de la propuesta para mejorar la calidad de servicio, se evidencia a través un manual de calidad, el cual se plantea y elabora las actividades de mejora para dar solución a la problemática encontrada.

## **1.6. Desarrollo de la temática correspondiente al tema investigado**

### **1.6.1. Bases Teóricas de Mejora Continua**

#### **1.6.1.1. Definiciones de la variable Mejora Continua**

Kabboul (1994) sostiene que: “El mejoramiento continuo es una conversión en el mecanismo viable y accesible en el que las empresas de los países en vías de desarrollo cierran la brecha tecnológica que mantienen con respecto al mundo desarrollado” (p. 59).

Harrington (1993) sostiene que: “Mejorar un proceso, significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y más adaptable” (p. 309).

Es decir, es una herramienta de trabajo para aplicarla a los procesos de la empresa. Su redacción está creada como un proceso de mejoramiento que realiza un EMP (Equipo de Mejoramiento de Procesos) y paso a paso va explicando cómo esta técnica se aplica a situaciones concretas.

Para Harrington, los procesos son la clave de un desempeño libre de equivocaciones, y no las personas.

Citando a Deming sostiene que el 94% de los problemas se explican por los procesos y solo el 6% restante tiene otros orígenes. Lo que hay que propiciar no es la calidad, sino la perfección, por ello hay que entender que se trata de algo permanente y lo más permanente es el cambio.

Para Deming (1989) menciona que: “La administración de la calidad total requiere de un proceso constantes que será llamado mejoramiento continuo, donde la perfección nunca se logra, pero siempre se busca” (p.59).

Deming es uno de los creadores del concepto de mejora continua, el objetivo principal del sistema de gestión de la calidad.

En la década de 1940 empezó a trabajar con los procesos industriales y de fabricación e introdujo muchas de las herramientas que se utilizan en las iniciativas de mejora de la calidad, sus ideas y conceptos se usan hoy en día para generar resultados de analíticos fiables y de calidad.



### **1.6.1.2. Importancia de la variable Mejora Continua**

Deming (1989) sostiene: “La mejora continua sin planificar se convierte en una mejora completamente discontinua y poco significativa” (p. 90).

En las organizaciones surge la necesidad y obligación de mejorar de forma permanente. El mejorar es no solo una necesidad, sino también un compromiso ético y moral, significa dar lugar a una nueva cultura organizacional, y por, sobre todo pensar, sentir y vivir a tono con los nuevos tiempos y realidades. Dar lugar a esa nueva cultura y comportamiento organizacional implica vencer la resistencia al cambio, ósea la tendencia a la continuidad de las viejas prácticas. Solo si se tiene la disciplina de mejorar día a día se logrará dejar atrás esa tendencia, logrando la suficiente fuerza y energía para ver y sentir en el cambio continuo una nueva forma de ser y de existir.

En ese sentido la aplicación de ésta técnica gerencial puede contribuir a mejorar las debilidades y afianzar las fortalezas de la organización. Puesto que, a través del mejoramiento continuo se logra ser más productivos y competitivos en el mercado al cual pertenece la empresa; por otra parte, las empresas deben analizar los procesos utilizados, de manera tal que si existe algún inconveniente pueda mejorarse o corregirse.

Como resultado de todo ello, se aumenta la satisfacción de los consumidores, el valor agregado por empleado, el rendimiento sobre la inversión y se aumenta la cuota del mercado.

La mejora continua es un ejemplo de calidad total y de competitividad, más que una mera extensión histórica de uno de

los principios de la gerencia científica, establecida por Frederick Taylor, que afirma que todo método de trabajo es susceptible de ser mejorado. La administración de la calidad total requiere de un proceso constante, que será llamado mejoramiento continuo y competitividad, donde la perfección nunca se logra, pero siempre se busca.

### **1.6.1.3. Características**

Basándonos en los aspectos en los que coinciden la mayoría de autores, entendemos que la mejora continua es un concepto que cumple con estas características:

Marín – García (2010) indican que la mejora continua es un:

Proceso planificado, organizado y sistemáticos de cambios incrementales en los procesos productivos, en los sistemas o en las prácticas de trabajo, que permiten mejorar algún indicador de rendimiento.

No necesitan grandes inversiones para implantar los cambios incrementales propuestos.

Es aplicable en todo tipo de empresas.

Cuenta con la implicación de los trabajadores de la empresa. (p.155).

Se tiene que el sistema de mejora continua debe ser desafiado de manera sistemática en contraposición a los enfoques parcializados. De lo que se trata es de analizar y accionar teniendo en consideración la interrelación de los diversos procesos y actividades de la empresa entre sí.

Referente a los aspectos estratégicos, la mejora continua en sí misma constituye por una parte una estrategia de acción, y por otra, debe responder a objetivos estratégicos definidos. La mejora continua de los procesos y productos es en sí misma una estrategia

de marketing que tiene como uno de sus objetivos fundamentales alargar y ampliar el ciclo de vida tanto de los productos y servicios, como de los procesos.

#### **1.6.1.4. Teorías**

Deming describió 14 puntos para la calidad, muchos de los cuales se pueden aplicar fácilmente a laboratorio. Dos de los puntos son particularmente importantes para el propósito de este texto:

Dejar constancia del propósito de mejora: el mensaje es que es necesario trabajar constantemente para hacer que el proceso sea mejor.

Mejorar constantemente y para siempre: esta afirmación apunta que la mejora continua siempre será una meta. La perfección no se alcanza nunca, pero intentaremos acercarnos a ella lo máximo posible. La mejora continua de procesos es un aspecto que nunca está finalizado, sino que continua “para siempre”.

El ciclo de Deming consta de 4 fases: planificar, hacer, comprobar y actuar (Plan – Do – Check – Act; PDCA). Muestra cómo conseguir la mejora continua en cualquier proceso. Esta herramienta ayuda a establecer en la organización una metodología de trabajo encaminada a la mejora continua.

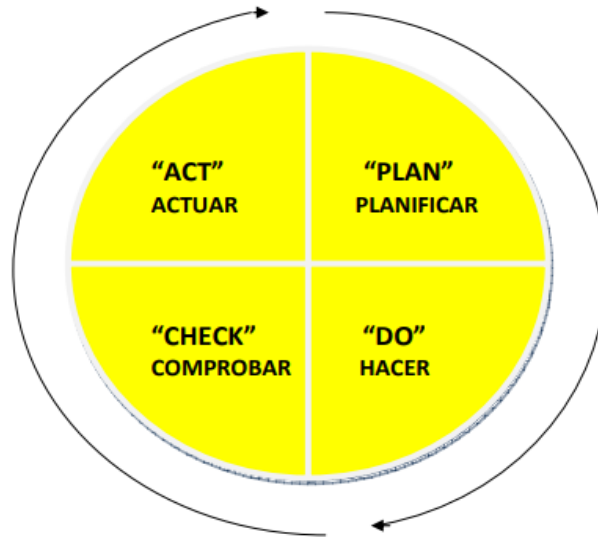


Figura 1. El Ciclo de Deming o PDCA. Fuente: Deming (1989).

### **Planificar**

Identifique los problemas y las posibles fuentes de debilidad o error del sistema. Decida los pasos que debe seguir para recoger información. Hágase la pregunta “¿Cuál es la mejor forma de evaluar la situación actual y analizar las causas fundamentales de las áreas problemáticas?”. Elabore un plan de mejora utilizando la información recogida mediante estas técnicas.

### **Hacer**

Implemente los planes que se hayan elaborado, ponga el plan en acción.

### **Comprobar**

Se refiere al proceso de seguimiento. Será significativo evaluar la eficacia de la acción que se ha tomado, utilizando procesos de revisión y auditoría focalizados. Si la debilidad del

sistema es compleja, quizá sea necesario realizar un estudio piloto para poder entender todas las complejidades. Tras “comprobar”, revise el plan según sea necesario para lograr las mejoras necesarias.

### **Actuar**

Aplice cualquier acción correctiva necesaria y luego vuelva a comprobar para asegurarse de que la solución ha funcionado. Este ciclo es un proceso continuo, así que el laboratorio empezará otra vez con un proceso de planificación para continuar con las mejoras.

La mejora continua implica una serie de actividades consecutivas orientadas a la resolución de los problemas que surgen en la organización.

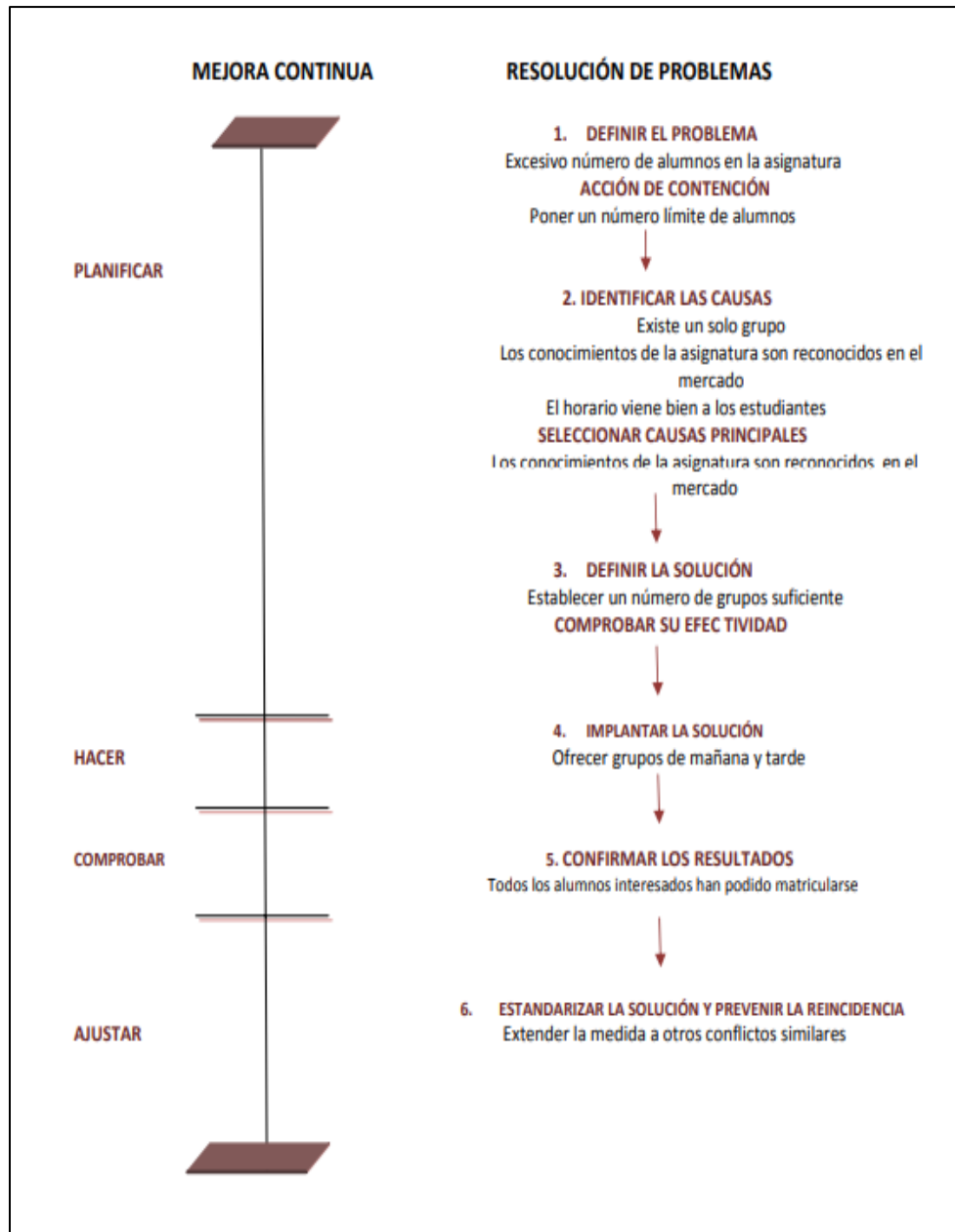


Figura 2. La Mejora Continua. Fuente: La figura está ejemplificando el ciclo de Deming (1989).

Tenemos también a otro autor, que es Harrington (1993) indica: “Un proceso es cualquier actividad o grupo de actividades que emplee un insumo, le agregue valor y suministre un producto a un cliente externo o interno” (p. 121).

De esta manera todas las actividades presentes en el desarrollo de un proceso deben realizarse sincronizadamente y

deben tener un fin común orientado a la satisfacción de las necesidades del cliente.

Por ello, diremos, que mejoramiento de procesos en una empresa se convierte en una metodología de solución a los problemas que enfrenta, constituyéndose en una herramienta importante a la hora de dinamizarla y modernizarla.

Según la metodología de Harrington, existen 5 fases para el mejoramiento continuo de los procesos de la empresa, cada una de las cuales está determinada por actividades específicas:

- Fase I: Organización para el mejoramiento.
- Fase II: Conocimiento del proceso.
- Fase III: Modernización del proceso.
- Fase IV: Mediciones y Controles.
- Fase V: Mejoramiento Continuo.

#### **1.6.1.5. Dimensiones**

La sostenibilidad de la mejora continua de procesos, un elemento difícil de conseguir en las organizaciones tanto públicas como privadas.

Garvin (1998) indica: “Dicho entusiasmo por los procesos por parte de las organizaciones, fue el resultado de tener la posibilidad de reducir la fragmentación del trabajo por departamentos y mejorarlas capacidad de coordinación y comunicación transversal” (p.33).

Cada una de estas dimensiones es sumamente importante ya que se requiere llevar un control continuo y sistema de mejora en esa área para así asegurar el cumplimiento de las dimensiones de Garvin.

## **Dimensiones de la variable Mejora Continua**

### **Dimensión 1: Desempeño**

A través del tiempo, en las organizaciones cada vez ha venido tomando más fuerza la idea de que el factor clave que determinar su éxito es la forma en que aprovechan el trabajo de sus empleados, y que éstos son un recurso sumamente valioso. Diversos autores han expresado su visión respecto a este tema, como Harris, Robbins, Gil – Ruiz y Ruiz, Chiavenato, Dolan, entre otros.

Harris (1989) se refiere al desempeño como:

Los procedimientos de evaluación se establecen a partir de los objetivos y metas predeterminados por la empresa con el objeto de determinar las contribuciones que se esperan de cada trabajador a nivel individual. Las metas más importantes se convierten en medidas normales de desempeño para el trabajador individual. El desempeño real del trabajador se compara con las medidas normales requeridas en forma regular o a intervalos establecidos, para determinar si las acciones del trabajador contribuyen satisfactoriamente al logro de los objetivos totales. (p. 276).

### **Dimensión 2: Calidad de Atención**

De acuerdo con el diccionario de la lengua española, la palabra calidad proviene del latín *qualitas*, *-atis* y significa propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una cosa, que permite apreciarla como igual, mejor o peor que las restantes de su especie.



Pérez (2006) define: “Representa una herramienta estratégica que permite ofrecer un valor añadido a los clientes con respecto a la oferta que realicen los competidores y lograr la percepción de diferencias en la oferta global de la empresa” (p.8).

Así mismo, Albrecht (1994) manifiesta: “El tiempo ha cambiado y no vivimos más en una economía de manufactura. Ahora vivimos en una nueva economía, la economía de los servicios, donde las relaciones están llegando a ser lo más primordial que los productos físicos” (p.57).

### **Dimensión 3: Fiabilidad**

La fiabilidad se concibe como la consistencia o estabilidad de las medidas cuando el proceso de medición se repite.

Haertel (2006) define:

El estudio de la fiabilidad parte de la idea de que la puntuación observada en una prueba es un valor concreto de una variable aleatoria consistente en todas las posibles puntuaciones que podrían haber sido obtenidas por una persona en repeticiones del proceso de medida en condiciones semejantes. (p. 70).

### **Dimensión 4: Procesos**

Hernández y Medina (2009) manifiesta: “Los procesos constituyen lo que hacemos y cómo lo hacemos. En una organización, cualquier actividad o tarea puede ser encuadrada en algún proceso” (p.13).

En resumen, diremos que proceso no, es más, que una serie de acciones que se llevan a cabo para realizar un trabajo con calidad, de una forma constante o sin interrupción de una manera

efectiva y eficaz, eliminando así, todas las barreras, con el objetivo de alcanzar un propósito de satisfacer a una persona o empresa, lo cual evitaría: las pérdidas, despilfarros de recursos y el cumplimiento de las acciones en el tiempo adecuado.

## **1.6.2. Bases Teóricas de Calidad de Servicio**

### **1.6.2.1. Definiciones de la variable Calidad de Servicio**

Deming (1989) define:

Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente. (p. 6).

Calidad no quiere decir lujo; la calidad es un grado de uniformidad y fiabilidad imaginable, de bajo coste y adaptado al mercado. En otras palabras, la calidad es todo lo que el consumidor necesita y desea.

En vista de que las necesidades y deseos del consumidor son siempre cambiantes, el modo de definir la calidad con referencia al consumidor consiste en redefinir constantemente los requerimientos.

En la década de 1930, Deming se interesó en las formas en las que el análisis estadístico podría lograr un mejor control de calidad en las industrias; ya que es muy necesario, porque todas las cosas varían. El control estadístico no significa la ausencia de productos o servicios defectuosos, sino que permite predecir los límites de las variaciones.

Deming insiste en que una de las primeras medidas de la administración es eliminar las barreras que impiden a los trabajadores desarrollar una tarea eficientemente.

Asimismo, Crosby (1988) manifiesta:

La calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad. (p. 10).

En resumen, podemos decir que calidad es cumplir con los requerimientos que necesita el cliente con un mínimo de errores y defectos.

El mismo pensamiento acerca de la calidad, lo comparte Carlos Colunga (1995): "Calidad es cumplir con los requerimientos" (p.8).

Los requerimientos son las características solicitadas por el cliente.

Deming, Juran, Crosby y las normas ISO 9000 están de acuerdo en que los requerimientos son los indicadores de si se cumple o no con la calidad.

A la organización le cuesta tanto añadir a los servicios ciertas características o lujos que no son apreciados ni pagador por el cliente, como el mantener servicios que no tienen demanda.

La palabra Calidad también adjetiva técnicamente los procesos que genera la implementación de los modelos administrativos para la calidad, como son:

- La Mejora Continua y
- El proceso administrativo para la calidad.

La calidad en los servicios se ha resaltado en los últimos tiempos, porque algunas organizaciones han encontrado formas para reducir sistemáticamente los errores en su prestación u otras han logrado avanzar mucho más, lo cual ha elevado enormemente su competitividad en cuanto a la calidad y el precio y está obligando a las demás empresas a buscar alternativas de competitividad para poder sobrevivir en el mercado.

El concepto de calidad ha evolucionado bastante desde sus orígenes. Este proceso ha permitido aumentar y refinar sus objetivos y lograr que se enfoque en la satisfacción plena de las expectativas de los consumidores de bienes y los usuarios de servicios.

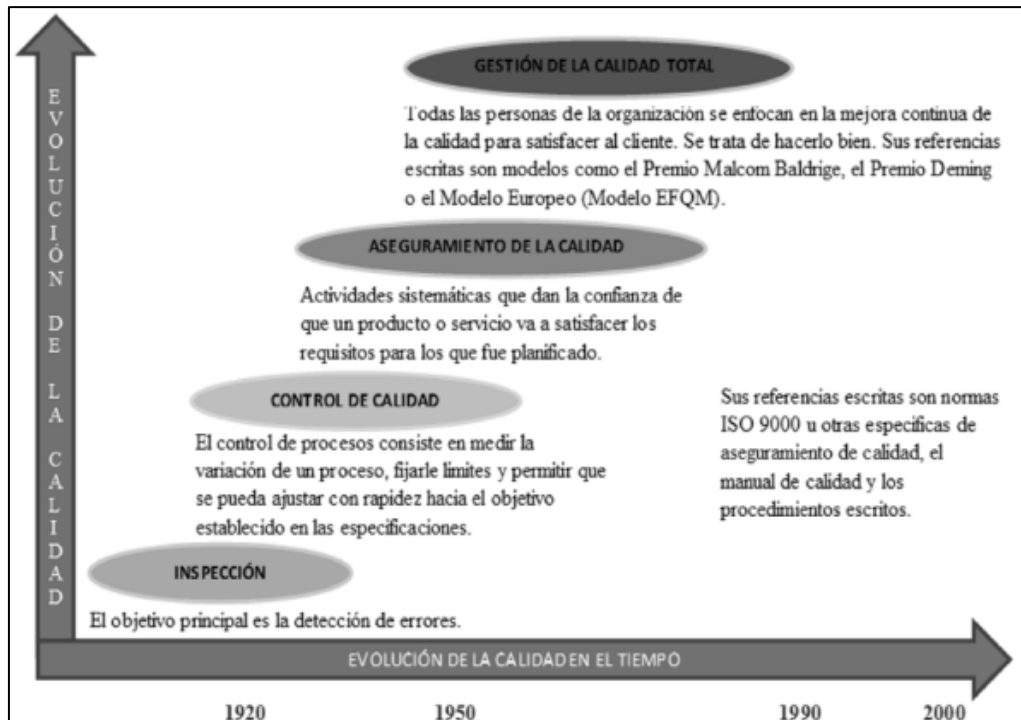


Figura 3. Evolución del concepto de calidad. Fuente: San Miguel (2008).

### 1.6.2.2. Importancia

En la actualidad, los clientes demandan productos de calidad, y dado que existe una gran oferta de su demanda particular, buscan diferenciar sus productos de los de la competencia.

La calidad es satisfacer las necesidades de los clientes, esto trae como consecuencia que surja en las organizaciones la importancia de tener calidad en todas ellas.

En un inicio, los fabricantes no necesitaban diferenciarse ya que los clientes compraban lo que les daban, pero ésta situación no duró mucho. Posteriormente los fabricantes buscaron diferenciarse mediante el precio, ya que pensaban que el cliente compraría siempre el producto que costase menos.

Lo cierto es que ahora el cliente puede elegir y que lo hace en función de la calidad del producto.

Y como lo indica Carlos Colunga (1995):

La importancia de la calidad se traduce como los beneficios obtenidos a partir de una mejor manera de hacer las cosas y buscar la satisfacción de los clientes, como pueden ser: la reducción de costos, presencia y permanencia en el mercado y la generación de empleos. (p.11).

### **1.6.2.3. Características**

El término de calidad, hace referencia a una característica esencial de un producto y expresa principalmente la calidad de éste.

Según Aniorte (2013) alguna de las características que se deben seguir y cumplir para un correcto servicio de calidad, son los siguientes:

- Debe cumplir sus objetivos
- Debe servir para lo que se diseñó
- Debe ser adecuado para el uso
- Debe solucionar las necesidades
- Debe proporcionar resultados

Así mismo, existen otras características más específicas, las cuales estarán a cargo del personal que labora en las entidades, ya que son habilidades necesarias, sobre todo para aquellos que están en contacto directo con los clientes, estas pueden ser:

- Formalidad: honestidad en la forma de actuar, la capacidad para comprometerse en los asuntos con seriedad e integridad
- Iniciativa: ser activo y dinámico, con tendencia a actuar en las diferentes situaciones y dar respuesta rápida a los problemas.
- Ambición: tener deseos inagotables por mejorar y crecer; es decir, tener afán de superación.
- Autodominio: tener capacidad de mantener el control de emociones y del resto de aspectos de la vida.
- Disposición de servicio: es una disposición natural, no forzada, a atender, ayudar, servir al cliente de forma entregada y con dignidad.
- Colaboración: ser una persona que gusta de trabar en equipo, le agrada trabajar con otros para la consecución de un objetivo en común.
- Enfoque positivo: es la capacidad para ver el lado bueno de las cosas con optimismo.

- Observación: es la habilidad para captar o fijarse en pequeños detalles no siempre evidentes a todo el mundo.
- Habilidad analítica: permite extraer lo importante de lo secundario, descomponer un discurso o problema en partes, para poder analizar cada una de las ideas principales y, en función de ese análisis, ofrecer una solución global.
- Imaginación: es la capacidad de generar nuevas ideas y, de ofrecer alternativas al abordar una situación.

La importancia de cubrir con la mayoría de las características mencionadas anteriormente, radica en que la calidad del servicio se ha convertido en un factor fundamental en la decisión de compra por dos razones: la competencia y la actitud del cliente. (p. 35).

#### **1.6.2.4. Teorías**

La filosofía de Deming.

En el verano de 1950 enseñó en el Japón la técnica del control estadístico del proceso y la filosofía de la administración para la calidad, ese mismo año, la Unión de Ciencia e Ingeniería Japonesa (UCIJ) instituyó el Premio Deming a la calidad y confiabilidad de productos y servicios.

Sus principales aportaciones fueron:

- Los 14 puntos de Deming.

Crear constancia en el propósito de mejorar el producto y el servicio, con el objetivo de llegar a ser competitivos, de permanecer en el negocio y de proporcionar puestos de trabajo.

- Adoptar la nueva filosofía, nos encontramos en una nueva era económica y los diferentes objetivos deben ser conscientes del reto, deben aprender sus responsabilidades y hacerse cargo del liderazgo para cambiar.

Dejar de depender de la inspección para lograr la calidad.

- Eliminar la necesidad de la inspección en masas, incorporando la calidad dentro del producto en primer lugar desde una buena capacitación al trabajador hasta la post-venta.

Acabar con la práctica de hacer negocios sobre la base del precio.

- En vez de ello, minimizar el costo total. Tender a tener un sólo proveedor para cualquier artículo, con una relación a largo plazo de lealtad y confianza.

Mejorar constantemente y siempre el sistema de producción y servicio, para mejorar la calidad y la productividad, y así reducir los costos continuamente.

Métodos modernos de capacitación.

- Es de vital importancia la actualización en la capacitación para aprovechar tanto maquinas, herramientas, materias primas.

Implantar métodos de liderazgo.

- El objetivo de la supervisión debería consistir en ayudar a las personas y a las máquinas y aparatos para que hagan un trabajo mejor. La función supervisora de la dirección necesita una revisión, así como la supervisión de los operarios.

Eliminar el miedo, de manera que cada uno pueda trabajar con eficacia para la compañía.

Romper las barreras entre los departamentos.

- Las personas en investigación, diseño, ventas y producción deben trabajar en equipo, para prever los problemas de producción y durante el uso del producto que pudieran surgir, con el producto o servicio.

Eliminar los eslóganes, exhortaciones y metas para pedir a la mano de obra cero defectos y nuevos niveles de productividad. Tales exhortaciones sólo crean más relaciones adversas, ya que el grueso de las causas de la baja calidad y la baja productividad



pertenece al sistema y por tanto caen más allá de las posibilidades de la mano de obra.

Este punto se divide en dos:

- Eliminar los estándares de trabajo (cupos) en planta. Sustituir por el liderazgo.
- Eliminar la gestión por objetivos. Eliminar la gestión por números, por objetivos numéricos. Sustituir por el liderazgo.

Se exponen dos puntos:

- Eliminar las barreras que privan al trabajador de su derecho a estar orgulloso de su trabajo. La responsabilidad de los supervisores debe virar de los meros números a la calidad.
- Eliminar las barreras que privan al personal de dirección y de ingeniería de su derecho a estar orgullosos de su trabajo. Esto quiere decir, entre otras cosas, la abolición de la calificación anual o por méritos y de la gestión por objetivos.

Implantar un programa riguroso de educación y auto mejora.

El enriquecimiento del conocimiento en el personal, será de suma importancia en la mejora de su productividad dentro de la empresa.

Poner a todo el personal de la compañía a trabajar para conseguir la transformación.

- La transformación es tarea de todos, es decir, involucrar a todos a cumplir con la calidad.

Las siete enfermedades mortales que aquejan a las empresas:

- La falta de constancia en el propósito de mejorar la calidad.

- El énfasis en las utilidades a corto plazo, desdeñando la permanencia del negocio en el mercado y las utilidades a largo plazo con una alta probabilidad de mejora continua.
  - Las evaluaciones de méritos o de desempeño individual, que premian las acciones a corto plazo, limitan la planificación a largo plazo, minan el trabajo en equipo y crean competencia entre las personas de una misma empresa, hasta lograr una compañía con primas donas y feudos en pugna constante los unos contra los otros.
  - La movilidad de la alta dirección, que impide las acciones para la permanencia del negocio a largo plazo.
  - Administrar la compañía basándose sólo en las cifras visibles.
  - Los costos médicos excesivos.
  - Los altos costos de garantía de operación.
- La filosofía de Juran.

Ha publicado once libros, entre los que destacan: “Manual de control de calidad de Juran”, “Juran y el liderazgo para la calidad”, y “Juran y la planificación para la calidad”.

La filosofía de Juran consta de cinco puntos, que son:

Medir el costo de tener una calidad pobre

- Al identificar en forma total los costos que nos conduciría tener una mala calidad, hacer conciencia a todos para tratar de lograr siempre la mejor calidad en todos los aspectos.

Adecuar el producto para el uso

- Fabricar un producto o servicio ideal que satisfaga las necesidades del cliente completamente. También se aplica de dos maneras:

El efecto principal se acusa en las ventas, por lo general la mayor calidad cuesta más.

El efecto principal se acusa en los costos, por lo general la mayor calidad cuesta menos.

Lograr conformidad con especificaciones

- Estar en trato constante con el cliente final para saber si se han cumplido sus expectativas con el producto o servicio ofrecido.

Mejorar proyecto por proyecto

- Se refiere que al realizar un servicio o producto se haga con la mejor calidad posible y al efectuar el próximo servicio o producto se supere la calidad.

La calidad es el mejor negocio

- Invertir en la calidad es un excelente negocio, por los magníficos resultados que trae consigo, como son: ser competitivos, aumentar las ganancias, satisfacer al cliente, reducir los desechos, etc.

La aportación más importante es la llamada Trilogía de Juran, que son los tres procesos necesarios para la administración de la calidad:

Planificación de la calidad.

Es la actividad de desarrollo de los productos y procesos requeridos para satisfacer las necesidades de los clientes.

- Determinar quiénes son los clientes.
- Determinar las necesidades de los clientes.
- Desarrollar las características del producto que responden a las necesidades de los clientes.
- Desarrollar los procesos que sean capaces de producir aquellas características del producto.
- Transferir los planes resultantes a las fuerzas operativas.

Control de calidad.

El control actúa en el mismo lugar donde trabaja la fuerza operativa, su objetivo es verificar que los procesos se lleven a cabo con la máxima efectividad, con los siguientes puntos:

- Evaluar el comportamiento real de la calidad.
- Comparar el comportamiento real con los objetivos de calidad.
- Actuar sobre las diferencias.

Mejora de la calidad.

Este proceso es una acción premeditada y determinada por los niveles altos de la dirección al introducir un nuevo proceso gerencial en un sistema, son los siguientes:

- Establecer la infraestructura necesaria para conseguir una mejora de la calidad anualmente.
- Identificar las necesidades concretas para mejorar (los proyectos de mejora).
- Establecer un equipo de personas para cada proyecto con una responsabilidad clara de llevar el proyecto a buen fin.
- Proporcionar los recursos, la motivación y la formación necesaria para que los equipos:

Diagnostiquen las causas.

Fomenten el establecimiento de un remedio.

Establezcan los controles para mantener los beneficios.

#### **1.6.2.5. Dimensiones de la variable Calidad de Servicio**

##### **Dimensión 1: Cortesía**

Searle (1969) se refiere a la cortesía como:

La motivación principal que impulsa a los sujetos a comportarse lingüísticamente de un modo concreto, profundizando en las causas de esa motivación e intentando ofrecer una visión científica del uso de la lengua, en la que prima su vertiente social e interactiva. (p.3).

Se dice entonces que la cortesía es la codificación lingüística que existe en una interacción social. Dicha codificación lingüística podrá tener como fin principal evitar el conflicto interpersonal o salvaguardar la imagen de los participantes de la comunicación.

## **Dimensión 2: Comunicación**

Chiavenato (2006) sostiene: “El proceso de pasar información y comprensión de una persona a otra. Por lo tanto, toda comunicación influye por lo menos a dos personas: el que envía el mensaje y el que lo recibe “(p.66).

La clave de una comunicación eficaz consiste en que el proceso sea exitoso, es decir, que el mensaje sea transmitido con claridad y sea entendible por parte del receptor, sin malinterpretaciones ni omisiones de información.

## **Dimensión 3: Accesibilidad**

Alonso (2002) dice que:

La accesibilidad permite que cualquier persona pueda disponer y utilizar las edificaciones, servicios o productos en igualdad de condiciones que los demás. También se entiende como la relación con las tres formas básicas de actividad humana: movilidad, comunicación y comprensión; las tres sujetas a limitación como consecuencia de la existencia de barreras. (p.12).

Podemos decir que la accesibilidad proporciona flexibilidad al acomodarse a las necesidades de cada usuario y está dirigida a que el sistema esté elaborado al más amplio número de usuarios.

## **Dimensión 4: Tangibilidad**

Grant (1995) dice:

La valoración de un activo según su coste histórico indica poco sobre su valor de mercado. La concepción y visión directiva y su plasmación en la estrategia de la empresa y la forma en la que el recurso tangible está inmerso en el know how de la empresa son fuentes importantes de su valor. (p.121).

Por consiguiente, recursos tangibles e intangibles está estrechamente unidos en las empresas y en su funcionamiento y, salvo en el caso de recursos limitados y no reproducibles, los recursos tangibles, importantes e indispensables, no producirán por sí mismos rentas o beneficios sin el conocimiento y el know how directivo y técnico del que forman parte. Esto es lo que corresponde decir de activos tan importantes como terrenos, edificios, materias primas, plantas productivas, productos en curso de fabricación, medios de transporte, instalaciones, otros medios materiales, productos terminados y oficinas de administración o ventas, incluyendo también los recursos financieros que perderán su valor sin la inteligencia que los administra.

### **1.7. Definición conceptual de la terminología empleada**

#### **1.7.1. Mejora Continua**

Para Harrington (1993) menciona que: “Mejorar un proceso, significa cambiarlo para hacerlo más efectivo, eficiente y más adaptable” (p. 309).

El tema y concepto de mejora continua implementada en la empresa del TACP, ayudará a poder mantener los estándares de calidad hacia los postulantes. El proponer un plan de mejora continua será con la finalidad de reducir el gran número de reclamos que se presenta a diario en el TACP, llevado de la mano con la calidad de servicio.

Deming (1989) indica: “La administración de la calidad total requiere de un proceso constante que será llamado mejoramiento continuo, donde la perfección nunca se logra, pero siempre se busca” (p.59).

### **1.7.2. Calidad de Servicio**

Crosby (1988) manifiesta:

La calidad es conformidad con los requerimientos. Los requerimientos tienen que estar claramente establecidos para que no haya malentendidos; las mediciones deben ser tomadas continuamente para determinar conformidad con esos requerimientos; la no conformidad detectada es una ausencia de calidad. (p.10).

Para que exista una buena calidad de servicio, debe haber una buena comunicación y eso es lo que falta en el TACP, ya que la mala comunicación que hay entre el personal y el cliente produce las frecuentes quejas del cliente a la empresa TACP; es decir, la interacción del personal con el cliente no es de la más correcta, esto podría ser por la desmotivación que presenta el personal en la empresa la cual ocasiona la insatisfacción del cliente.

Para Colunga (1995) menciona que: “Calidad es cumplir con los requerimientos” (p.8).

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**



## **2. Marco metodológico**

### **2.1. Tipo y diseño de Investigación**

#### **Tipo de estudio**

La presente investigación es de tipo descriptivo, ya que su principal objetivo es descubrir variables e investigar su incidencia e interrelación.

Hernández, Fernández y Baptista (2014) indican: “Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p. 92).

Asimismo, la siguiente investigación es de corte transversal o transeccional ya que se encarga de recolectar datos en un solo momento.

Hernández et. al. (2014) definen:

Los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado. Es como tomar una fotografía de algo que sucede. (p.154).

#### **Diseño de Investigación**

El presente estudio responde al diseño de estudio descriptivo Correlacional, ya que su objetivo primordial es poder determinar la relación que existe entre dos variables, en este caso, la relación que existe entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

Hernández et al. (2003) afirman:

Los estudios descriptivos sirven para familiarizarnos con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa respecto de un contexto particular, indagar nuevos problemas, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones futuras, o sugerir afirmaciones y postulados. (p.91).

El esquema de la investigación de diseño correlacional es la que se muestra a continuación:

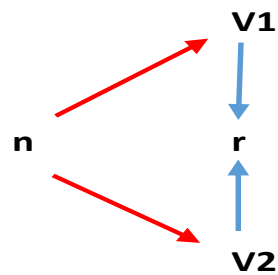


Figura 4. Diseño de investigación.

**Donde:**

n : Auxiliares de oficinas de la empresa Touring y Automóvil Club del Perú.

V1: Mejora continua

V2: Calidad de servicio

r : Relación entre V1 y V2

## 2.2. Población y muestra

### 2.2.1. Población

La población de estudio está constituida por 30 auxiliares de oficina que se encargan directamente de la gestión y atención al cliente.

Tamayo (2012) define: “La población es la cantidad total de un fenómeno de estudio, donde éste debe cuantificarse para un determinado estudio” (p.71).

### 2.2.2. Muestra

La muestra constará de 30 auxiliares de oficina, a las cuales se les encuestará.

En la presente investigación se utilizó el tipo de muestra no probabilística, ya la muestra ha sido elegida por conveniencia, de acuerdo a la cantidad de auxiliares de oficina que tuvieron mayor participación en el proceso de investigación.

Hernández et. al. (2003) manifiesta: “Las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección informal. Se utilizan en muchas investigaciones, y a partir de ellas, se hacen inferencias sobre la población”. (p. 326).

La muestra que se aplicó para la presente investigación fue de 30 personas, cantidad representativa para estudiar las variables en estudio.

Unidad de muestreo: Auxiliares de Oficina de la empresa Touring y Automóvil Club del Perú.

Nivel de confianza: 95%

Error: 5%

### **2.3. Hipótesis**

#### **Hipótesis general**

H<sub>1</sub>: Existe relación entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

H<sub>0</sub>: No existe relación entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

#### **Hipótesis específicas**

Existe relación entre el desempeño y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

Existe relación entre la calidad y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

Existe relación entre la fiabilidad y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

Existe relación entre los procesos y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

## **2.4. Variables – Operacionalización**

### **Variable independiente mejora continua**

#### **Definición conceptual de la variable mejora continua**

Deming (1989) infiere: “La administración de la calidad total requiere de un proceso constantes que será llamado mejoramiento continuo, donde la perfección nunca se logra, pero siempre se busca” (p.59).

Deming es uno de los creadores del concepto de mejora continua, el objetivo principal del sistema de gestión de la calidad.

En la década de 1940 empezó a trabajar con los procesos industriales y de fabricación e introdujo muchas de las herramientas que se utilizan en las iniciativas de mejora de la calidad, sus ideas y conceptos se usan hoy en día para generar resultados de analíticos fiables y de calidad.

#### **Definición operacional de la variable calidad de servicio**

La correcta aplicación de la mejora continua, determinará el crecimiento y éxito de una empresa, ya que el estar en la era del capital humano como fuente principal de ingresos, ya que gracias a ellos, una empresa sobresale, por el esfuerzo y dedicación de cada uno de los trabajadores, por tanto en la presente investigación se realizó una encuesta compuesta por 35 preguntas,

con 5 tipos de respuesta (escala de Likert), para determinar los puntos críticos y poder emplear la mejora continua en base a sus cuatro dimensiones denominadas: desempeño – calidad de atención – fiabilidad – procesos.

## **Variable dependiente calidad de servicio**

### **Definición conceptual de la variable calidad de servicio**

Deming (1989) indica:

Calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles, solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente. (p. 6).

Calidad no quiere decir lujo; la calidad es un grado de uniformidad y fiabilidad imaginable, de bajo coste y adaptado al mercado. En otras palabras, la calidad es todo lo que el consumidor necesita y desea.

En vista de que las necesidades y deseos del consumidor son siempre cambiantes, el modo de definir la calidad con referencia al consumidor consiste en redefinir constantemente los requerimientos.

### **Definición operacional de la variable calidad de servicio**

Emplear técnicas de mejorar continua en las diversas áreas que se encargan de la atención al postulantes, de ésta manera, poder mejorar en el servicio que brindamos, eso nos resultará la disminución de reclamos diarios que se presentan en las instalaciones debido al mal servicio que hoy en día brinda la empresa Touring y Automóvil Club del Perú, por tanto en la presente investigación se realizó una encuesta compuesta por 35 preguntas, con 5 tipos de respuesta (escala de Likert), para determinar los problemas que existen con la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú, en base a sus cuatro dimensiones denominadas: cortesía – comunicación – accesibilidad – tangibilidad.

Tabla 1  
Operacionalización de la variable mejora continua

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos
Desempeño	Tiempo de demora	1 al 9		
	Satisfacción			
Calidad de Atención	Seguimiento	10 al 18	1 = Nunca	Alto
	Servicio			133 - 140
	Satisfacción			Medio
Fiabilidad	Conformidad	19 al 27	2 = Casi nunca	117 - 132
	Servicio			Bajo
Procesos	Seguridad	28 al 35	3 = A veces	
	Atención			
	Eficacia			
	Rapidez			
	Cumplimiento			

Tabla 2  
Operacionalización de la variable calidad de servicio

Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición y valores	Niveles y rangos
Cortesía	Atención	1 al 9		
	Respeto			
Comunicación	Empatía	10 al 18	1 = Nunca	Alto
	Lenguaje Asertivo			137 - 154
	Claridad			Medio
Accesibilidad	Desenvolvimiento	19 al 27	2 = Casi nunca	114 - 136
	Apoyo de personal			Bajo
Tangibilidad	Efectividad	28 al 35	3 = A veces	
	Tiempo de espera de una consulta			
	Equipamiento moderno			
	Instalación de cajeros			
	Instalaciones atractivas			

## **2.5. Métodos y técnicas de investigación**

### **Método de investigación**

La presente investigación se rige bajo un proceso sistemático, descriptivo, cuantitativo, transversal prospectivo, por ello se considerarán ambas variables, mejora continua y calidad de servicio.

Es sistemática, porque está sujeta a una generación de procedimientos de investigación, obtiene resultados y se llega a conclusiones que aportan al objeto de investigación.

Es transversal prospectivo, porque la investigación se realizó en una única oportunidad, se aplica en el periodo de tiempo establecido al inicio de la, no existen etapas de investigación, porque los datos se recogen mediante una encuesta.

Hernández et al. (2003) definen: Es descriptivo, porque: “Busca contrastar la situación actual de un clima, mide múltiples aspectos que sirven para analizarlas y posteriormente llegar a una conclusión para proponer procesos de mejora o reingeniería, según sea el objetivo del estudio” (p.352).

Es cuantitativa, porque: “El estudio está sometido a un instrumento donde se recabó datos numéricos para obtener conclusiones con el fin de plantear procesos de mejora al objeto de investigación” (p.321).

### **Técnica de investigación**

En esta investigación se utilizará la técnica de investigación de campo, que es la que se realiza directamente en el medio donde se presenta el fenómeno de estudio. Entre las herramientas de apoyo que existen, se utilizará el de las encuestas.

Bernal (2010) define: “La encuesta es una de las técnicas de recolección de información más usadas, a pesar de que cada vez pierde mayor credibilidad por el sesgo de las personas encuestadas” (p. 23).

Fuentes Primarias: cuando se entrevista directamente a las personas que tienen relación directa con la situación objeto del estudio; y por ello, se realizará las encuestas.

Fuentes Secundarias: las principales fuentes de obtención de información, son los libros, revistas, documentos, entre otros; lo cual eso se encuentra plasmado en las referencias bibliográficas.

## **2.6. Descripción de los instrumentos utilizados**

El instrumento de la recolección de datos que se utilizó es la observación activa o directa a través de una encuesta, en la cual se ha participado en el curso investigativo desde donde inician los hechos, ósea recoger la percepción del encuestado.

Para la presente investigación se aplicaron dos instrumentos con el objetivo primordial de posteriormente ser contrastadas y relacionadas, de las cuales el primer instrumento fue un cuestionario para la variable, mejora continua y el segundo instrumento para la variable calidad de servicio, aplicados a los auxiliares de oficina de la empresa Touring y Automóvil Club del Perú, donde todo instrumento aplicado a cualquier tipo de investigación tiene que cumplir con el grado de validez y confiabilidad, dicho instrumento está conformado por 70 preguntas, 35 preguntas por cada variable lo cual se trabajó con alternativas de escala de Likert.



## **Instrumento I: Cuestionario de mejora continua**

### **Ficha técnica**

Nombre: Cuestionario de la variable mejora continua

Autora: Mayra Julissa Llauce Montes

Procedencia: Villa el Salvador, Lima - Perú

Administración (Aplicación de la encuesta): Individual

Duración: 2 semanas

Aplicación: Auxiliares de oficina de la empresa Touring y Automóvil Club del Perú

Materiales: Hojas impresas, lapiceros y acceso a internet.

### **Descripción:**

El instrumento utilizado, el cuestionario en este caso, nos ayuda a medir cuatro dimensiones de la variable mejora continua, donde la escala fue adecuada a la cantidad de temas a investigar, lo cual esta consta de 36 ítems, de las cuales 9 son para la dimensión desempeño, 9 para la dimensión calidad de atención, 9 para la dimensión fiabilidad y 9 para la dimensión procesos.

### **Normas de aplicación**

El instrumento fue aplicado de manera individual y presencial, donde la persona evaluada tuvo 5 posibles respuestas a cada premisa, teniendo en cuenta que se les dijo que la encuesta iba ser anónima y estrictamente confidencial, y esta fue trabajada bajo los siguientes criterios:

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

### **Normas de calificación**

Para determinar los resultados, se sumó los totales por cada variable, para finalmente realizar un conteo general y exportarlo a un programa estadístico.

## **Instrumento I: Cuestionario de calidad de servicio**

### **Ficha técnica**

Nombre: Cuestionario de la variable calidad de servicio

Autora: Mayra Julissa Llauce Montes

Procedencia: Villa el Salvador, Lima - Perú

Administración (Aplicación de la encuesta): Individual

Duración: 2 semanas

Aplicación: Auxiliares de oficina de la empresa Touring y Automóvil Club del Perú.

Materiales: Hojas impresas, lapiceros y acceso a internet.

### **Descripción:**

El instrumento utilizado, nos ayuda a medir cuatro dimensiones de la variable calidad de servicio, donde la escala fue adaptada a la cantidad de temas a investigar, lo cual esta consta de 34 ítems, de las cuales 9 son para la dimensión cortesía, 9 para la dimensión comunicación, 9 para la dimensión accesibilidad y 8 para la dimensión tangibilidad.

### **Normas de aplicación**

El instrumento fue aplicado de manera individual y presencial, donde la persona evaluada tuvo 5 posibles respuestas a cada premisa, teniendo en cuenta que se les dijo que la encuesta iba ser anónima y estrictamente confidencial, y esta fue trabajada bajo los siguientes criterios:

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

## **2.7. Análisis estadístico e interpretación de los datos**

Los datos obtenidos serán analizados minuciosamente mediante la utilización de la técnica estadística, a través de la elaboración de cuadros y gráficos para la presente investigación. Asimismo, los datos obtenidos serán manifestados mediante cuadros y gráficos estadísticos, siguiendo el orden de los ítems que figuran en la encuesta, finalmente se procesaron los datos en el programa estadístico SPSS.

Por consiguiente, se contrastará la hipótesis con las variables y objetivos, y así demostrar la validez de estas. Al final se formularán las conclusiones y sugerencias con miras a mejorar la problemática investigada.

**CAPÍTULO IV**  
**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE**  
**RESULTADOS**

### 3. Análisis e interpretación de resultados

#### 3.1. Validación del instrumento

##### Validez del instrumento de la variable mejora continua

##### Resultado de la validación del cuestionario de la variable mejora continua

El instrumento fue validado a través de criterios de jueces, expertos en el tema, los cuales decretaron la validez del mismo. A continuación, se presentarán los resultados del mismo.

Tabla 3  
*Resultados de la validación del cuestionario de mejora continua*

Validador	Experto	Aplicabilidad
Jorge Alonso Ramos Chang	Temático	Aplicable
Segundo Zoilo Vásquez Ruiz	Estadístico	Aplicable
Luis Marcelo Quispe	Metodológico	Aplicable

##### Análisis de la fiabilidad

##### Índice de consistencia interna del cuestionario de la variable mejora continua

Para determinar la confiabilidad se utilizó la prueba Alfa de Cronbach en vista que el cuestionario tiene escala politómica.

Tabla 4  
*Índice de consistencia interna para el cuestionario de mejora continua*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,795	35

El análisis de la confiabilidad obtuvo un Alfa = 0,795, el cual indica que es de fuerte confiabilidad, ya que se encuentra cerca de la unidad, lo cual se dice que el instrumento tiene un aprobado grado de confiabilidad, validando su uso para los datos obtenidos por el instrumento, tal como se muestra en la tabla 4.

## Validez del instrumento de la variable calidad de servicio

### Resultado de validación del cuestionario de la variable calidad de servicio

El instrumento fue validado a través de criterios de jueces, expertos en el tema, los cuales determinaron la validez del mismo. A continuación, se presenta los resultados del mismo.

Tabla 5

*Resultados de la validación del cuestionario de la calidad de servicio*

Validador	Experto	Aplicabilidad
Jorge Alonso Ramos Chang	Temático	Aplicable
Segundo Zoilo Vásquez Ruiz	Estadístico	Aplicable
Luis Marcelo Quispe	Metodológico	Aplicable

### Análisis de la fiabilidad

#### Índice de consistencia interna del cuestionario de la variable calidad de servicio

Para determinar la confiabilidad se utilizó la prueba Alfa de Cronbach en vista que el cuestionario tiene escala politómica.

Tabla 6

*Índice de consistencia interna para el cuestionario de calidad de servicio*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,898	35

El análisis de la confiabilidad obtuvo un Alfa = 0,898, el cual indica que es de fuerte confiabilidad, ya que se encuentra cerca de la unidad, lo cual se dice que el instrumento tiene un aceptable grado de confiabilidad, validando su uso para los datos obtenidos por el instrumento, tal como se muestra en la tabla 6.

### 3.2. Resultados descriptivos de las variables

#### 3.2.1. Descripción de los niveles de la variable mejora continua de la empresa

##### Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

Tabla 7  
*Distribución de frecuencias y porcentajes según el nivel de mejora continua*

Niveles	Auxiliares de oficina	Porcentaje
Baja	7	23,33%
Regular	17	56,67%
Alta	6	20,00%
Total	30	100,00%

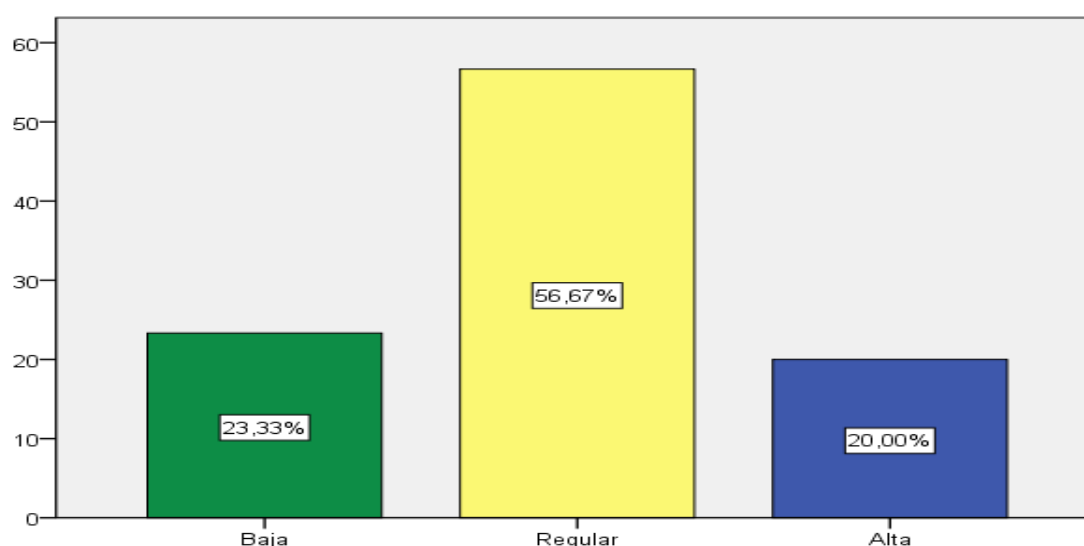


Figura 5. Distribución porcentual de los auxiliares de oficina según el nivel de la variable mejora continua.

#### Interpretación

En la tabla 7 y figura 5, se puede observar que 17 auxiliares de oficina que representan un 56.67% perciben el concepto de mejora continua en un nivel regular, asimismo 7 auxiliares de oficina que representan el 23.33% perciben el concepto de mejora continua en un nivel bajo, mientras que 6 auxiliares de oficina que representan un 20% perciben el concepto de mejora continua en nivel alto. Agregado a ello, podremos decir que mientras más incrementen los auxiliares de oficina que perciban el concepto de mejora continua en un nivel positivo alto, será un éxito a futuro el poder implementar un plan de mejora continua en la empresa.

## Resultados descriptivos de las dimensiones

### Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión desempeño en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

Tabla 8  
*Distribución de frecuencias y porcentajes según el nivel de desempeño*

		Auxiliares de oficina	Porcentaje
Válido	Baja	10	33.33%
	Regular	14	46.67%
	Alta	6	20.00%
	Total	30	100.00%

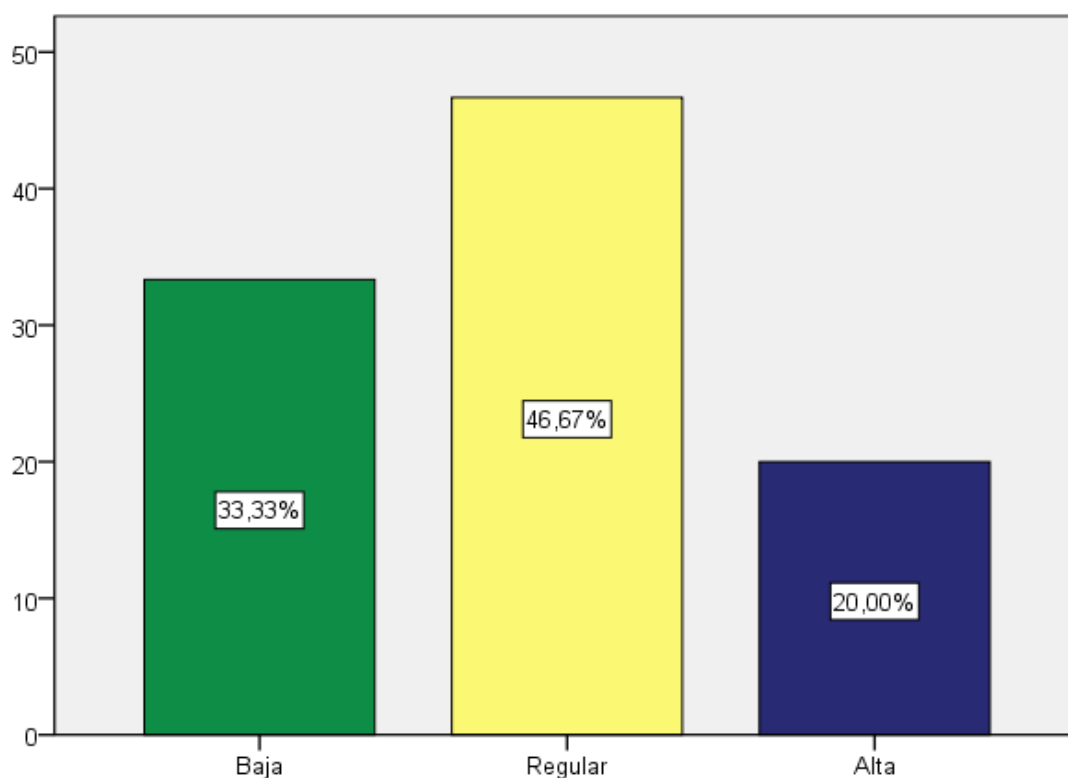


Figura 6. Distribución porcentual de los auxiliares de oficina según el nivel de la dimensión desempeño

### Interpretación.

De la tabla 8 y figura 6, se puede observar 10 auxiliares de oficina que representan un 33.33% presentan un nivel bajo de desempeño, asimismo 14 auxiliares de oficina que representan un 46.67% presentan un nivel regular de desempeño; mientras que 6 auxiliares de oficina que representan el 20% presentan un nivel alto de desempeño en la empresa.



## Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión calidad de atención en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

Tabla 9  
Distribución de frecuencias y porcentajes según el nivel de calidad de atención

		Auxiliares de oficina	Porcentaje
Válido	Baja	4	13.33%
	Regular	23	76.67%
	Alta	3	10.00%
	Total	30	100.00%

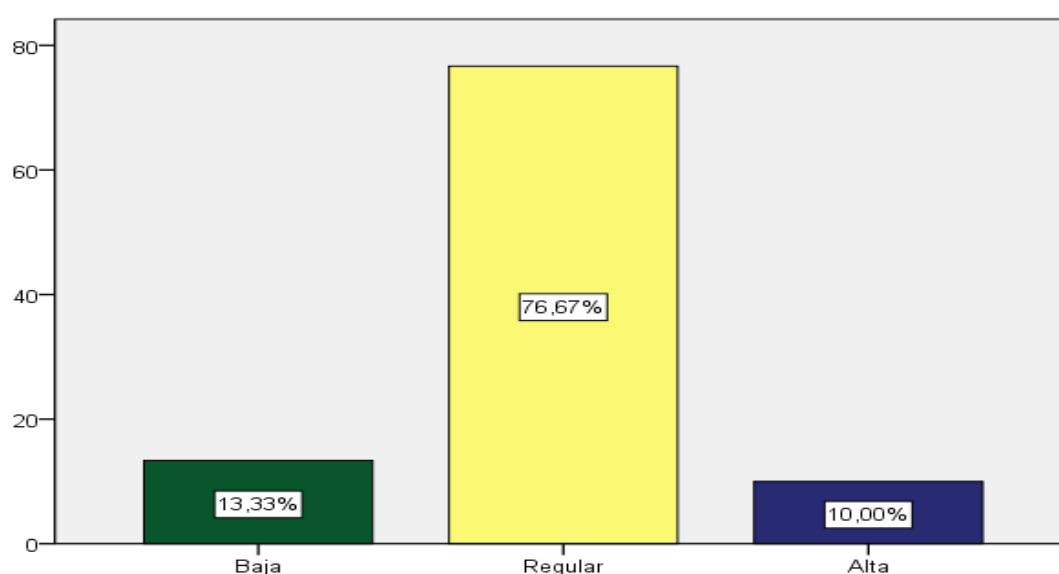


Figura 7. Distribución porcentual de los auxiliares de oficina según el nivel de la dimensión calidad de atención.

### Interpretación.

De la tabla 9 y figura 7, se puede observar 4 auxiliares de oficina que representan un 13.33% presentan un nivel bajo de calidad de atención, asimismo 23 auxiliares de oficina que representan un 76.67% presentan un nivel regular de calidad de atención; mientras que sólo 3 auxiliares de oficina que representan el 10% presentan un nivel alto de calidad de atención en la empresa. Lo que nos permite aseverar que existe una mínima cantidad que presentan un alto nivel de calidad de atención; esto comprueba el déficit de calidad de atención que brindan los auxiliares de oficina a los postulantes.

**Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión fiabilidad en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.**

Tabla 10  
*Distribución de frecuencias y porcentajes según el nivel de fiabilidad*

		Auxiliares de oficina	Porcentaje
Válido	Baja	8	26.67%
	Regular	15	50.00%
	Alta	7	23.33%
	Total	30	100.00%

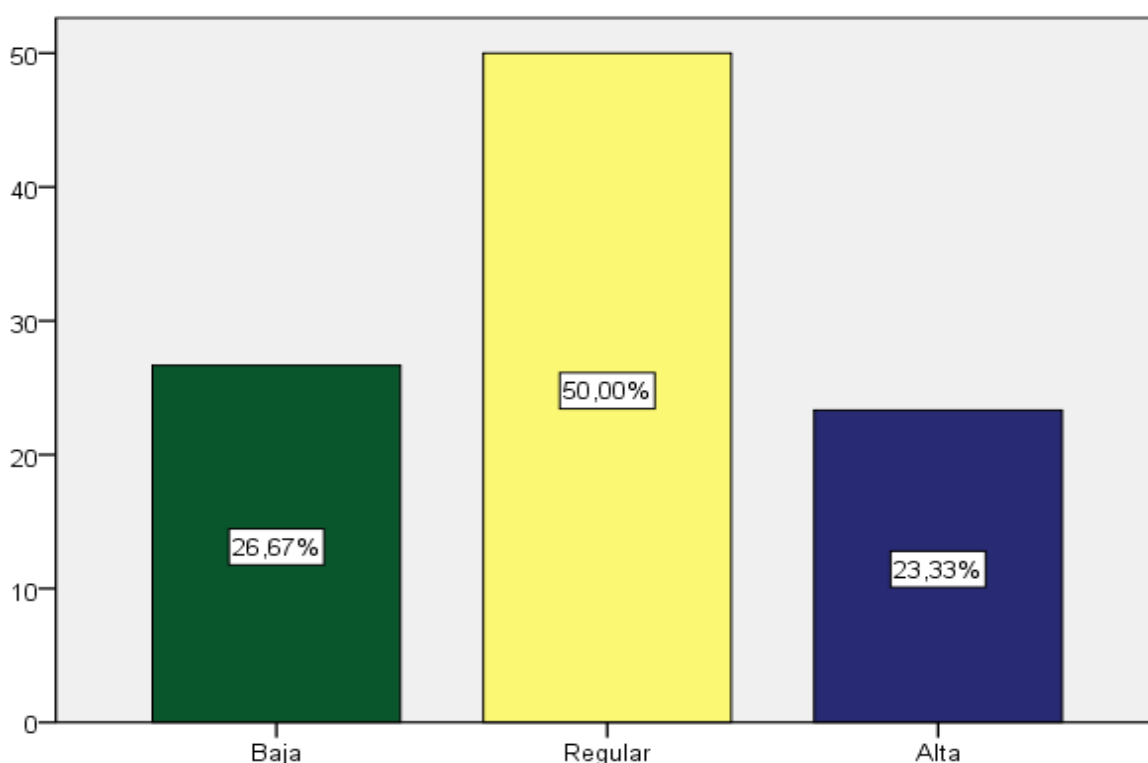


Figura 8. Distribución porcentual de los auxiliares de oficina según el nivel de la dimensión fiabilidad.

**Interpretación.**

De la tabla 10 y figura 8, se puede observar 8 auxiliares de oficina que representan un 26.67% perciben un nivel bajo de fiabilidad, asimismo 15 auxiliares de oficina que representan un 50% perciben un nivel regular de fiabilidad; mientras que 7 auxiliares de oficina que representan el 23.33% perciben un nivel alto de fiabilidad en la empresa. Lo que nos permite señalar que existe la mitad de auxiliares encuestados que perciben un nivel regular acerca del concepto fiabilidad en la empresa.

**Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión procesos en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.**

Tabla 11  
*Distribución de frecuencias y porcentajes según el nivel de la dimensión procesos*

		Auxiliares de oficina	Porcentaje
Válido	Baja	8	26.67%
	Regular	13	43.33%
	Alta	9	30.00%
	Total	30	100.00%

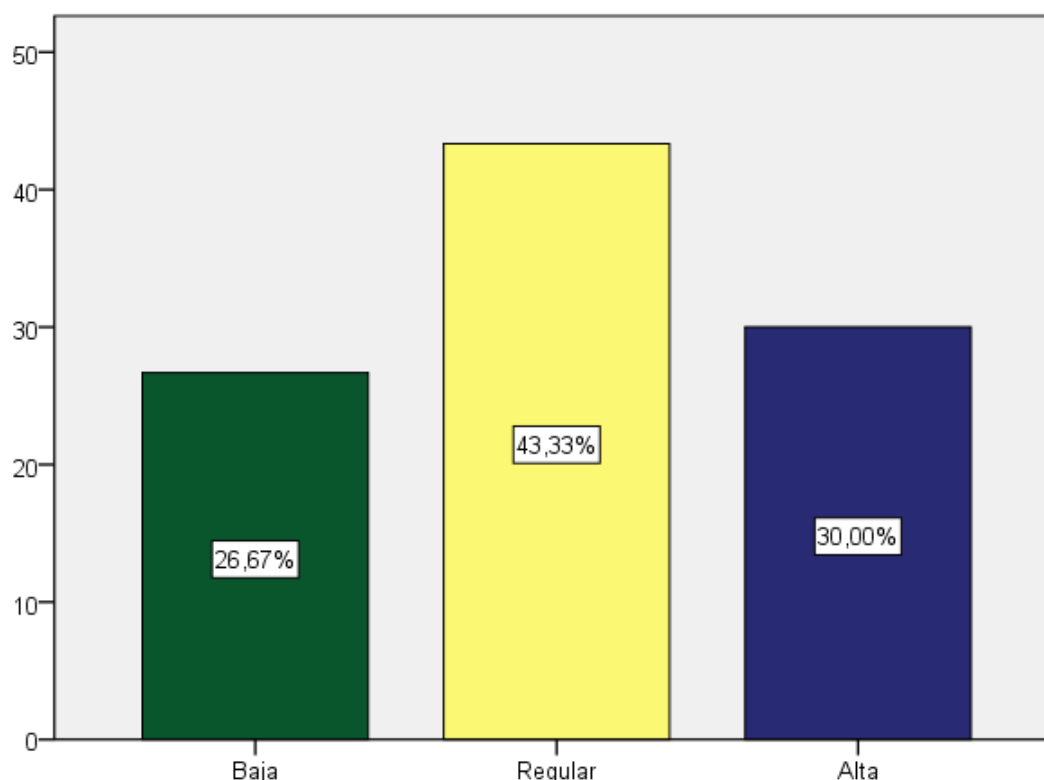


Figura 9. Distribución porcentual de los auxiliares de oficina según el nivel de la dimensión procesos.

**Interpretación.**

De la tabla 11 y figura 9, se puede observar 8 auxiliares de oficina que representan un 26.67% presentan un nivel bajo del desarrollo de procesos, asimismo 13 auxiliares de oficina que representan un 43.33% presentan un nivel regular del desarrollo de procesos; mientras que 9 auxiliares de oficina que representan el 30% presentan un nivel alto del desarrollo de procesos en la empresa. Lo que nos permite concluir que existe un nivel regular de continuidad de procesos en la empresa.

### 3.2.2. Descripción de los niveles de la variable calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

Tabla 12  
Distribución de frecuencias y porcentajes según el nivel de calidad de servicio.

		Auxiliares de oficina	Porcentaje
Válido	Baja	8	26.67%
	Regular	15	50.00%
	Alta	7	23.33%
	Total	30	100.00%

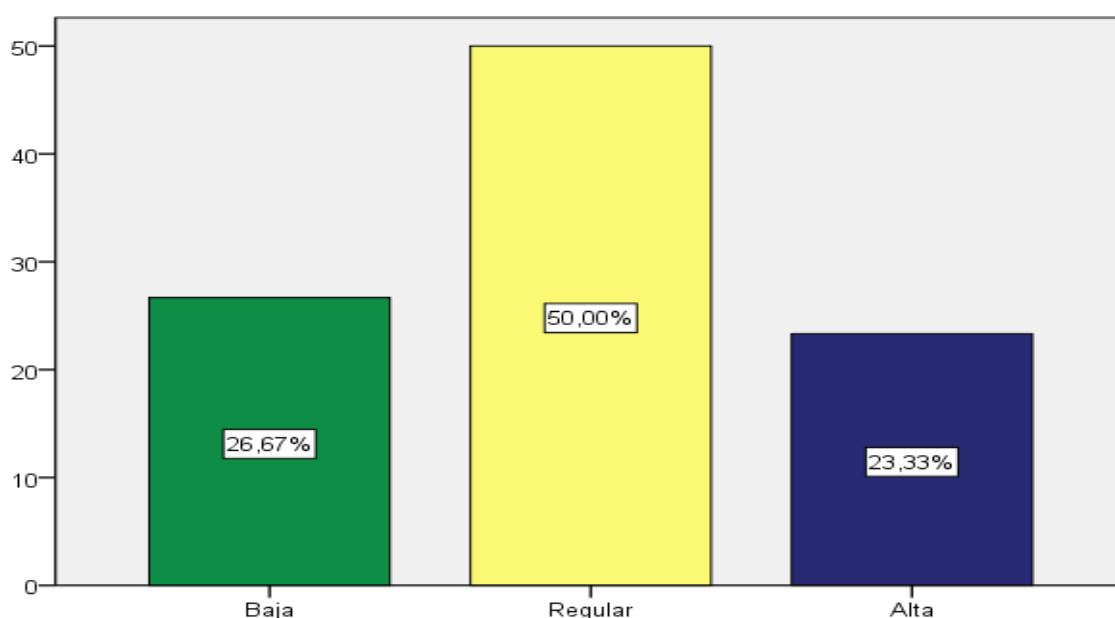


Figura 10. Distribución porcentual de los auxiliares de oficina según el nivel de la variable calidad de servicio.

#### Interpretación.

De la tabla 12 y figura 10, se puede observar que 8 auxiliares de oficina que representan un 26.67% perciben el concepto de calidad de servicio en un nivel bajo, asimismo 15 auxiliares de oficina que representan el 50.00% perciben el concepto de calidad de servicio en un nivel regular, mientras que 7 auxiliares de oficina que representan un 23.33% perciben el concepto de calidad de servicio en nivel alto. Agregado a ello, podremos decir que mientras más incrementen los auxiliares de oficina que perciban el concepto de calidad de servicio en un nivel positivo alto, será un éxito a futuro el poder implementar un programa de calidad de servicio.

## Resultados descriptivos de las dimensiones

### Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión cortesía en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

Tabla 13

*Distribución de frecuencias y porcentajes según el nivel de la dimensión cortesía*

		Auxiliares de oficina	Porcentaje
Válido	Baja	13	43.33%
	Regular	7	23.33%
	Alta	10	33.33%
	Total	30	100.00%

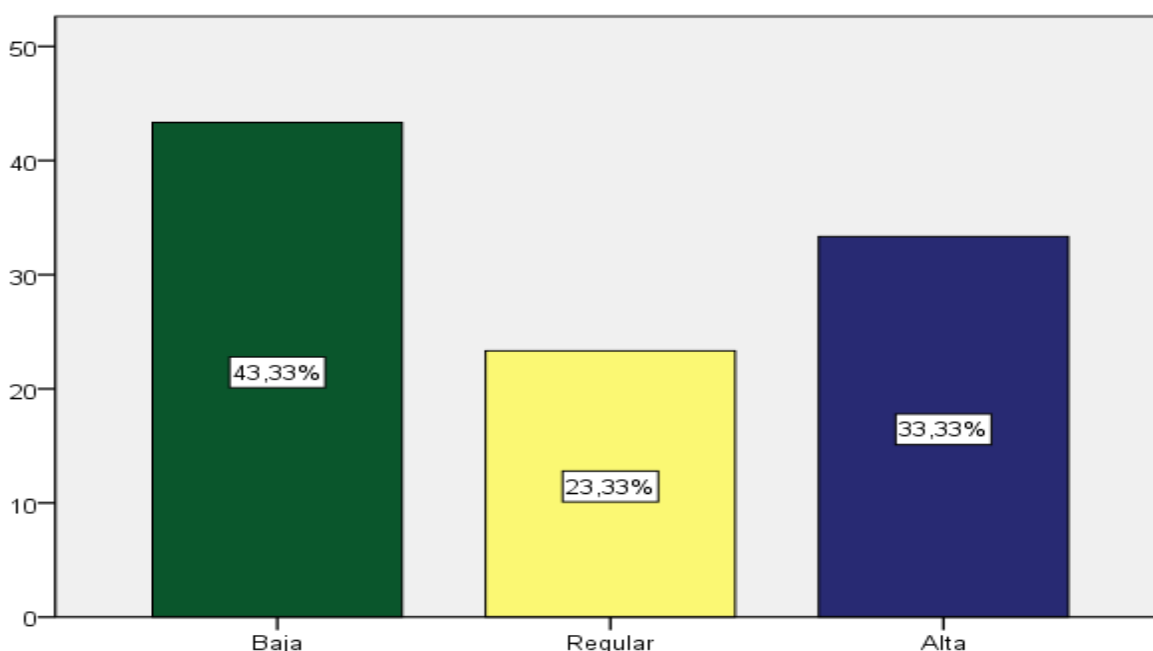


Figura 11. Distribución porcentual de los auxiliares de oficina según el nivel de la dimensión cortesía.

### Interpretación.

De la tabla 13 y figura 11, se puede observar 13 auxiliares de oficina que representan un 43.33% presentan un nivel bajo de cortesía, asimismo 7 auxiliares de oficina que representan un 23.33% presentan un nivel regular de cortesía; mientras que 10 auxiliares de oficina que representan el 33.3% presentan un nivel alto de cortesía en la empresa. Lo que nos permite señalar que existe un nivel bajo de cortesía de los auxiliares de oficina hacia los postulantes, por ello, es conveniente que se aplique un mejoramiento continuo en la calidad de servicio que se brinda.

**Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión comunicación en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.**

Tabla 14

*Distribución de frecuencias y porcentajes según el nivel de la dimensión comunicación*

		Auxiliares de oficina	Porcentaje
Válido	Baja	8	26.67%
	Regular	16	53.33%
	Alta	6	20.00%
	Total	30	100.00%

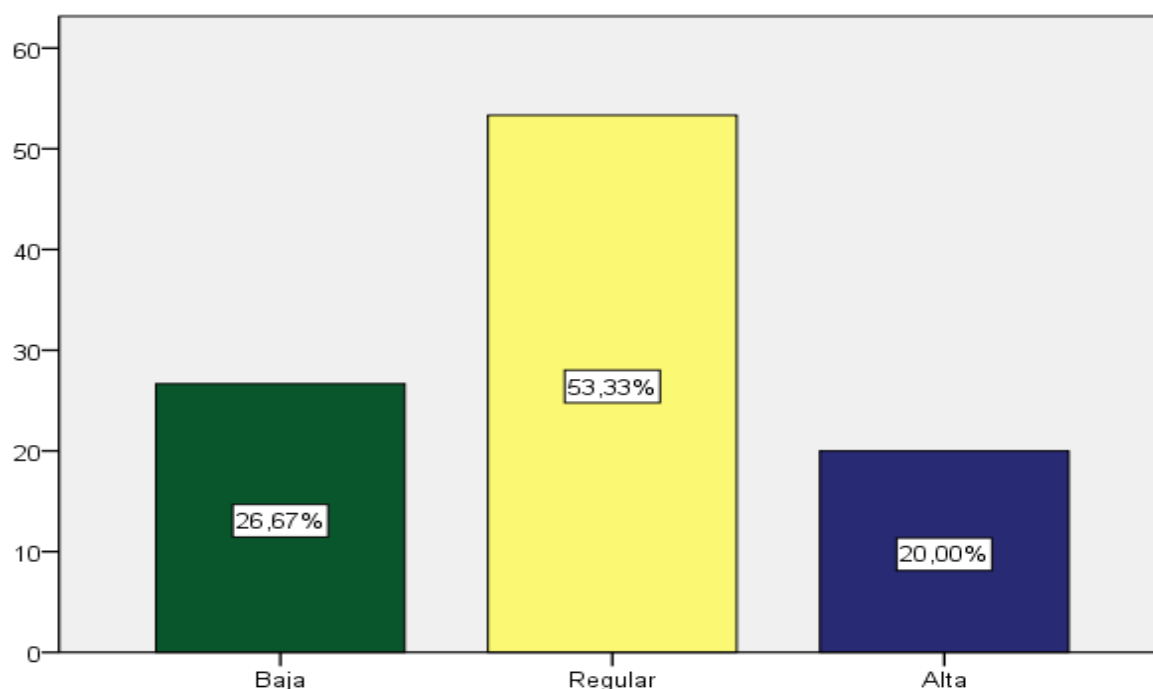


Figura 12. Distribución porcentual de los auxiliares de oficina según el nivel de la dimensión comunicación.

**Interpretación.**

De la tabla 14 y figura 12, se puede observar 8 auxiliares de oficina que representan un 26.67% presentan un nivel bajo de comunicación, asimismo 16 auxiliares de oficina que representan un 53.33% presentan un nivel regular de comunicación; mientras que 6 auxiliares de oficina que representan el 20% presentan un nivel alto de comunicación en la empresa. Lo que nos permite inferir que falta reforzar ésta dimensión ya sea en el área de trabajo y/o en la atención que se brinda a los postulantes.

## Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión accesibilidad en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

Tabla 15

*Distribución de frecuencias y porcentajes según el nivel de la dimensión accesibilidad*

		Auxiliares de oficina	Porcentaje
Válido	Baja	8	26.67%
	Regular	16	53.33%
	Alta	6	20.00%
	Total	30	100.00%

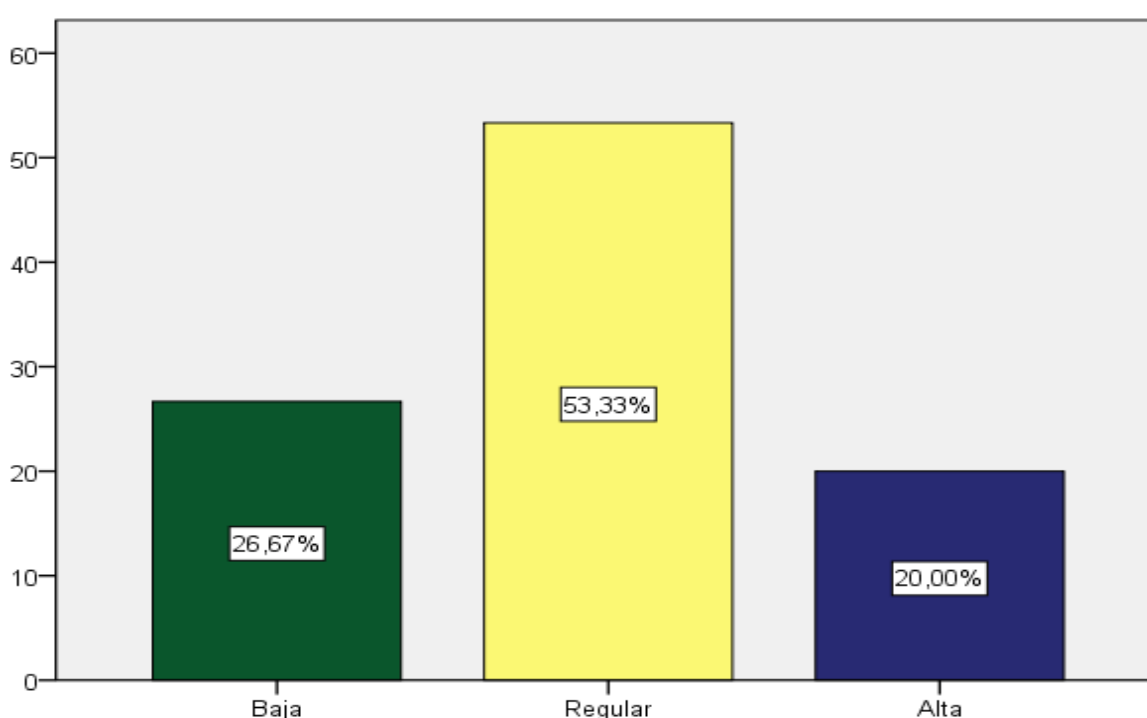


Figura 13. Distribución porcentual de los auxiliares de oficina según el nivel de la dimensión accesibilidad.

### Interpretación.

De la tabla 15 y figura 13, se puede observar 8 auxiliares de oficina que representan un 26.67% perciben un nivel bajo de accesibilidad, asimismo 16 auxiliares de oficina que representan un 53.33% perciben un nivel regular de accesibilidad; mientras que 6 auxiliares de oficina que representan el 20% perciben un nivel alto de accesibilidad en el área de trabajo. Lo que nos permite inferir que presenta un nivel regular de accesibilidad, aunque falta reforzar, ya que es importante que el auxiliar de oficina se sienta satisfecho, de ello, dependerá su desarrollo en la empresa.

## Descripción de los resultados de los niveles de la dimensión tangibilidad en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

Tabla 16

*Distribución de frecuencias y porcentajes según el nivel de la dimensión tangibilidad*

		Auxiliares de oficina	Porcentaje
Válido	Baja	10	33.33%
	Regular	12	40.00%
	Alta	8	26.67%
	Total	30	100.00%

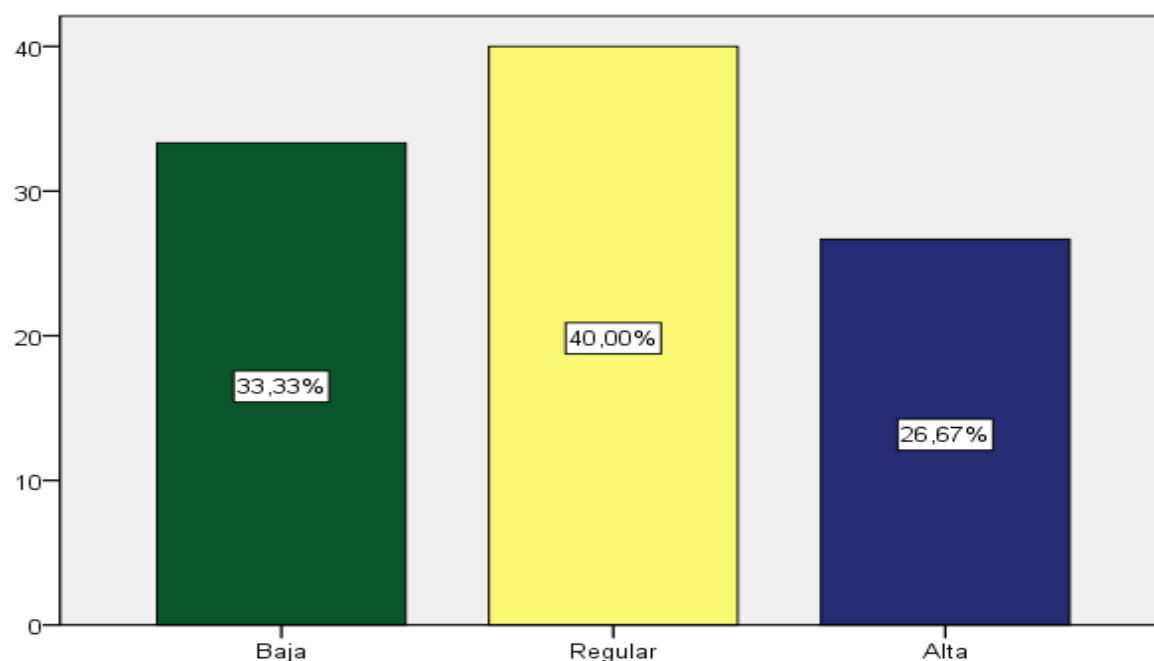


Figura 14. Distribución porcentual de los auxiliares de oficina según el nivel de la dimensión tangibilidad.

### Interpretación.

De la tabla 16 y figura 14, se puede observar 10 auxiliares de oficina que representan un 33.33% perciben un nivel bajo de tangibilidad, asimismo 12 auxiliares de oficina que representan un 40% perciben un nivel regular de tangibilidad; mientras que 8 auxiliares de oficina que representan el 26.67% perciben un nivel alto de tangibilidad en el área de trabajo. Lo que nos permite inferir que presenta un nivel regular de tangibilidad, aunque falta reforzar, ya que es importante que el auxiliar de oficina se sienta satisfecho con los implementos que tiene a su alrededor, de ello, dependerá su buen desarrollo en la empresa.



### 3.3. Resultados descriptivos de las variables relacionadas

Tabla 17

Análisis descriptivo de los resultados de la relación entre la mejora continua y la calidad de servicio

			Calidad de Servicio			Total
			Baja	Regular	Alta	
Mejora Continua	Baja	Recuento	6	1	0	7
		% del total	20,0%	3,3%	0,0%	23,3%
	Regular	Recuento	2	10	5	17
		% del total	6,7%	33,3%	16,7%	56,7%
	Alta	Recuento	0	4	2	6
		% del total	0,0%	13,3%	6,7%	20,0%
Total		Recuento	8	15	7	30
		% del total	26,7%	50,0%	23,3%	100,0%

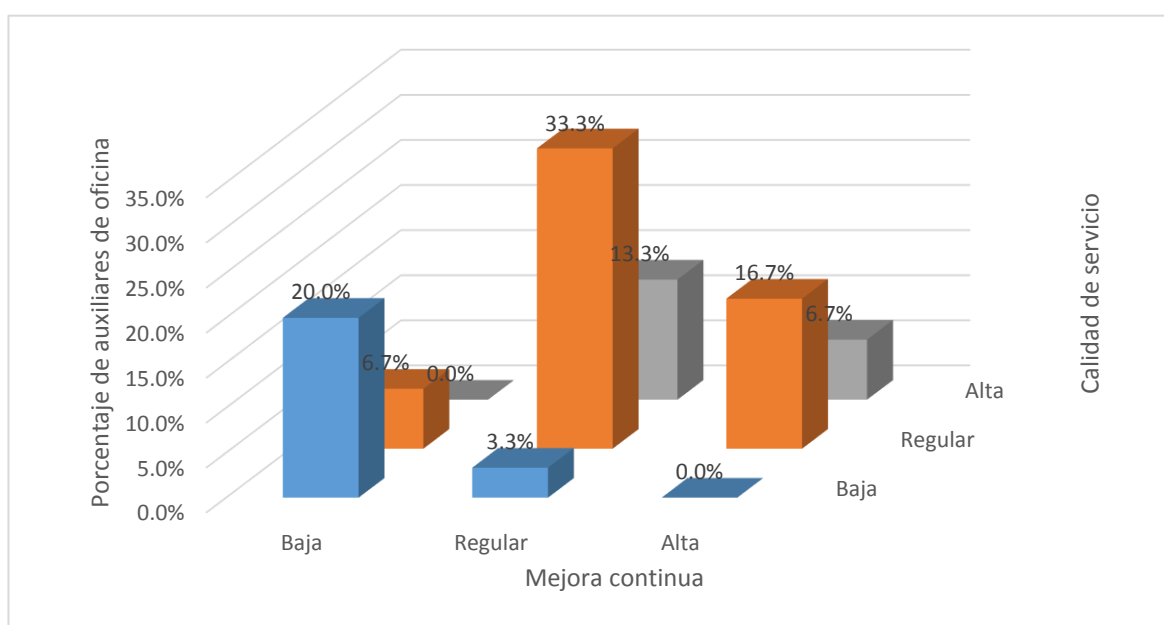


Figura 15. Análisis descriptivo de los resultados de la relación entre la mejora continua y la calidad de servicio.

#### Interpretación

La tabla 17 y figura 15 muestran la descripción referente a las variables mejora continua y calidad de servicio, donde se observa que el 20.0 % de los encuestados perciben como bajo la relación entre dichas variables. Así mismo, 33.3% de los encuestados refieren que esta relación es a un nivel medio, mientras que el 6.7% encuestados afirman que esta relación es alta; esta tendencia muestra que existe relación directa entre las variables, lo cual se verificará con la respectiva prueba de hipótesis.

### 3.4. Prueba de la normalidad para la variable de estudio

#### Prueba de normalidad de kolmogorov – Smirnov

Ho: La distribución de la calidad de servicio es paramétrico, ( $p\_valor > 0.05$ ).

H1: La distribución de la calidad de servicio es no paramétrico ( $p\_valor \leq 0.05\%$ ).

Tabla 18  
*Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra*

		Calidad de Servicio
N		30
Parámetros normales <sup>a,b</sup>	Media	124,57
	Desviación estándar	14,820
Máximas diferencias extremas	Absoluta	,107
	Positivo	,107
	Negativo	-,068
Estadístico de prueba		,107
Sig. asintótica (bilateral)		,200 <sup>c,d</sup>

a. La distribución de prueba es normal.  
b. Se calcula a partir de datos.  
c. Corrección de significación de Lilliefors.  
d. Esto es un límite inferior de la significación verdadera.

En la tabla 18, se muestra el análisis de normalidad de la variable calidad de servicio, donde se observa que la variable muestra un valor  $p\_valor$ , mayor al 5%, lo cual se puede concluir que dicha distribución, pertenece a una distribución de contraste normal. Por lo expuesto, se afirma que la prueba de hipótesis para la distribución de la variable, se ejecutará con estadísticos, en este caso R de Pearson, puesto que presenta correlación, y se ajusta a la distribución normal.

## Correlación entre la mejora continua y la calidad de servicio

Ho: No existe relación entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

H1: Existe relación entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

Nivel de confianza: 95% ( $\alpha=0,05$ ).

Regla de decisión: Si  $\rho \geq 0.05 \rightarrow$  se acepta la hipótesis nula.

Si  $\rho < 0.05 \rightarrow$  se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 19

*Correlación entre la mejora continua y la calidad de servicio*

		Mejora Continua	Calidad de Servicio
Mejora Continua	Correlación de Pearson	1	,603**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Calidad de Servicio	Correlación de Pearson	,603**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

## Contraste de hipótesis

Según la tabla 19, el valor sig. Bilateral es ,000, lo que permite señalar que la relación que existe es significativa, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir existe relación entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

## Correlación entre la dimensión desempeño y la calidad de servicio

Ho: No existe relación entre el desempeño y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

H1: Existe relación entre el desempeño y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

Nivel de confianza: 95% ( $\alpha=0,05$ ).

Regla de decisión: Si  $p \geq 0.05 \rightarrow$  se acepta la hipótesis nula.

Si  $p < 0.05 \rightarrow$  se rechaza la hipótesis nula.

Tabla 20  
*Correlación entre el desempeño y la calidad de servicio*

		Desempeño	Calidad de Servicio
Desempeño	Correlación de Pearson	1	,805**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Calidad de Servicio	Correlación de Pearson	,805**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

### Contraste de hipótesis

Según la tabla 20, el valor sig. Bilateral es ,000, lo que permite señalar que la relación que existe es significativa, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir existe relación entre el desempeño y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

## Correlación entre la calidad de atención y la calidad de servicio

Ho: No existe relación entre la calidad de atención y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

H1: Existe relación entre la calidad de atención y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

Nivel de confianza: 95% ( $\alpha=0,05$ ).

Regla de decisión: Si  $p \geq 0.05 \rightarrow$  se acepta la hipótesis nula.

Tabla 21  
*Correlación entre la calidad de atención y la calidad de servicio*

		Calidad Atención	de	Calidad Servicio	de
Calidad de Atención	Correlación de Pearson	1		,319	
	Sig. (bilateral)			,086	
	N	30		30	
Calidad de Servicio	Correlación de Pearson	,319		1	
	Sig. (bilateral)	,086			
	N	30		30	

## Contraste de hipótesis

Según la tabla 21, el valor sig. Bilateral es ,086, lo que permite señalar que la relación que existe no es significativa, por lo tanto, no se rechaza la hipótesis nula, es decir, no existe relación entre la calidad de atención y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

## Correlación entre la fiabilidad y la calidad de servicio

Ho: No existe relación entre la fiabilidad y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

H1: Existe relación entre la fiabilidad y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

Nivel de confianza: 95% ( $\alpha=0,05$ ).

Regla de decisión: Si  $p \geq 0.05 \rightarrow$  se acepta la hipótesis nula.

Tabla 22  
*Correlación entre la fiabilidad y la calidad de servicio*

		Fiabilidad	Calidad de Servicio
Fiabilidad	Correlación de Pearson	1	,385*
	Sig. (bilateral)		,035
	N	30	30
Calidad de Servicio	Correlación de Pearson	,385*	1
	Sig. (bilateral)	,035	
	N	30	30

## Contraste de hipótesis

Según la tabla 22, el valor sig. Bilateral es ,035, lo que permite señalar que la relación que existe es significativa, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir, existe relación entre la fiabilidad y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

## Correlación entre los procesos y la calidad de servicio

Ho: No existe relación entre la calidad de atención y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

H1: Existe relación entre la calidad de atención y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

Nivel de confianza: 95% ( $\alpha=0,05$ ).

Regla de decisión: Si  $p \geq 0.05 \rightarrow$  se acepta la hipótesis nula.

Tabla 23  
*Correlación entre los procesos y la calidad de servicio*

		Procesos	Calidad de Servicio
Procesos	Correlación de Pearson	1	,723**
	Sig. (bilateral)		,000
	N	30	30
Calidad de Servicio	Correlación de Pearson	,723**	1
	Sig. (bilateral)	,000	
	N	30	30

## Contraste de hipótesis

Según la tabla 22, el valor sig. Bilateral es ,000, lo que permite señalar que la relación que existe es significativa, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, es decir existe relación entre los procesos y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018.

**CAPÍTULO V**  
**DISCUSIONES, CONCLUSIONES Y**  
**RECOMENDACIONES**



## **4. Discusiones, conclusiones y recomendaciones**

### **4.1. Discusiones**

Los resultados conseguidos de la investigación con respecto al objetivo general “Determinar la relación entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú– 2018” han resultado favorables, ya que se encontró una relación positiva fuerte entre las variables de estudio a través del estadístico de R de Pearson al 0.603, resultado favorable que se puede comparar con Solís (2015) en su tesis titulada “Mejora de la Calidad de servicio en una empresa de alimentos en el distrito Los Olivos – 2017”, donde se concluye que la relación entre las variables es significativa y esto, hace un llamado a todos los empresarios peruanos, que para llegar a brindar un servicio de calidad se debe seguir pasos , pautas constantes y a eso se le llamará el mejoramiento continuo, con el fin de poder incrementar la rentabilidad; y no solamente ello, sino también cumplir con las expectativas de los clientes, en éste caso, en mi investigación, a los postulantes.

Asimismo, los resultados que se han obtenido con respecto al primer objetivo específico “Determinar la relación entre el desempeño y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018” han sido favorables, ya que se encontró una relación positiva fuerte entre la primera dimensión y la segunda variable de estudio con un estadístico de R de Pearson de 0.805, resultado favorable que se puede cotejar con Vásquez y López (2015) en su tesis titulada “Propuesta de Mejora de la Calidad de Servicio en el Policlínico Chiclayo Oeste ubicado en la Ciudad de Chiclayo” donde se concluye como sinónimo de la dimensión, capacidad de respuesta, ya que debido al largo tiempo de espera para ser atendidos y para recibir el servicio ofrecido por la farmacia da como resultado la incomodidad e insatisfacción del cliente; y si lo plasmamos, en mi estudio de investigación, diremos entonces que se demuestra la relación entre capacidad de respuesta – sinónimo de desempeño – y calidad de servicio.

Continuando con los resultados obtenidos en la presente investigación, respecto al tercer objetivo específico planteado “Definir la relación entre la atención y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en

el año 2018” han sido favorables, ya que se encontró una relación positiva baja entre la tercera dimensión y la segunda variable de estudio con el estadístico R de Pearson al 0.319, resultado poco favorable y cotejando con Ocola (2015) en su tesis titulada “La Mejora Continua y su Relación con la Calidad de Servicio en la Plataforma de Atención al Usuario del Hospital del Niño ubicado en el Distrito de Breña” se concluye que un adecuado plan de mejora continua permitirá corregir los errores que se estén cometiendo en la atención y por lo tanto incrementará la calidad de servicio.

Mientras, los resultados que se han obtenido en la investigación con respecto al tercer objetivo específico “Determinar la relación entre fiabilidad y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018” han sido favorables, ya que se encontró una relación positiva media entre la tercera dimensión y la segunda variable de estudio con un estadístico de R de Pearson al 0.385; resultado favorable que se puede contrastar con Vásquez y López (2015) en su tesis: “Propuesta de Mejora de la Calidad de Servicio en el Policlínico Chiclayo Oeste ubicado en la Ciudad de Chiclayo” donde se concluye que la dimensión fiabilidad se encuentra entre el rango medio de 24.23 a 60.55, con un promedio final de 41.08 lo que indica un nivel de insatisfacción moderado, dado que los asegurados esperan que el proceso de entrega de citas sea rápido y que el tiempo de servicio de atención sea mayor, respetando siempre el horario programado. Estos resultados permiten dar prioridad en esta dimensión, de manera tal que se disminuyan el tiempo de servicio y se respete así el horario indicado, de esa forma, se logrará ver la fiabilidad de la empresa hacia sus clientes.

Por último, los resultados que se han obtenido en la investigación con respecto al cuarto objetivo específico “Analizar la relación entre los procesos y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018” han sido favorables, ya que se encontró una relación positiva fuerte entre la cuarta dimensión y la segunda variable con un estadístico R de Pearson al 0.723, resultado favorable que se puede contrastar con Vergara (2017) en su tesis titulada “Propuesta de Mejora en el Proceso de Atención al Cliente en una Agencia Bancaria” donde se concluye con éxito que el enfoque basado en Gestión por Procesos y la Mejora

Continúa reflejan la importancia de llevar un plan de control, monitoreo y seguimiento de los procesos en orden de conocer los resultados obtenidos y se verifica que se cumple con el objetivo planteado: el tiempo de espera disminuyó de 6.5 minutos a 3.5 minutos; donde se recomienda al banco seguir con la capacitación continua del personal para contar con colaboradores mejor entrenados que puedan trabajar y atender de manera óptima.

## 4.2. Conclusiones

De acuerdo a los resultados alcanzados en relación al objetivo general, el cual indica “Determinar la relación entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018”, se encontró una correlación de 0.603 con el estadístico de Pearson, por tanto, se concluye que existe relación significativa alta entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

Respecto a los resultados obtenidos en relación al objetivo específico, el cual señala “Determinar la relación entre el desempeño y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018”, se encontró una correlación de 0.805 con el estadístico de Pearson, por tanto, se concluye que existe una relación significativa muy alta entre el desempeño y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

Asimismo, los resultados obtenidos en relación al objetivo específico el cual indica “Definir la relación entre la atención y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018”, se encontró una correlación de 0.319, por tanto, se concluye que existe una relación significativa baja entre la atención y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

Mientras que los resultados obtenidos en relación al objetivo específico el cual señala “Determinar la relación entre fiabilidad y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018”, se encontró una correlación de 0.385 con el estadístico de Pearson, por tanto, se concluye que existe una relación significativa media entre la fiabilidad y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

De acuerdo a los resultados obtenidos en relación al objetivo específico, el cual indica “Analizar la relación entre los procesos y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018”, se encontró una

correlación de 0.723 con el estadístico de Pearson, por tanto, se concluye que existe una relación significativa muy alta entre los procesos y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.

### **4.3. Recomendaciones**

Se propone elaborar un plan de mejora continua, siguiendo de ejemplo la Teoría de Deming en el ciclo de las 4 fases; en primera instancia, conocer más a profundidad a los trabajadores: basado en capacitaciones mensuales, con encuestas de manera semanal, para así para poder saber los puntos claves y/o críticos a tratar, pero teniendo en cuenta las fechas programadas para las capacitaciones de una mejora continua en la empresa. Saber qué es lo que necesitan para sentirse satisfechos y de ésta manera complacerlos para que se sientan fidelizados con la empresa; una vez implementado éste plan, darle seguimiento y si en el camino se presenta alguna inconformidad, cambiar de técnica y seguir con el proceso.

Para el punto de desempeño, el trabajador no se siente fidelizado con la empresa, así que se propone crear un Programa de celebraciones de fechas festivas; por ejemplo: celebración de cumpleaños de manera mensual; sorpresa al mejor colaborador del mes, etc.

Se sugiere a la encargada de área realizar diariamente una evaluación a cada auxiliar de oficina que se encuentra a su mando, de esta manera, saber con precisión que auxiliar brinda una escasa atención.

Para la dimensión de fiabilidad, se recomienda respetar horarios de programación para las evaluaciones. Cabe recalcar, que este punto ya está siendo mejorado, puesto que están respetando el horario y fecha programada; separando por tipo de atención y de esta manera agilizar el servicio brindado.

Se recomienda al área de TI y logística realizar evaluaciones anuales respecto al equipamiento que tiene cada área, de esta manera, renovarlos y poder agilizar la atención.

## **REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

## Artículos

Álvarez, T. (1995). *La Calidad de servicio para la conquista del cliente*.

Recuperado de

[http://apdo.org/web\\_old/fondo/LaCalidaddeservicioparalaconquistadelcliente.pdf](http://apdo.org/web_old/fondo/LaCalidaddeservicioparalaconquistadelcliente.pdf)

Coello, A. (2012). La Gestión de la Calidad: Conceptos Básicos. *Facultad de Ciencias de la Documentación*. Recuperado de <http://webs.ucm.es/centros/cont/descargas/documento10123.pdf>

Gamboa, E. (2017). Colas interminables y trámites engorrosos para obtener brevets en Lima. *La República*, p.4.

Haertel, E. (2006). Fiabilidad. *Medida Educativa*, 65 – 110.

Hernández, A. y Medina A. (2009). Criterios para la elaboración de mapas de procesos: Particularidades en el sector de la salud. *Ingeniería Industrial*, 1-7. Recuperado de <http://www.redalyc.org/revista.oa?id=3604>

Lizarzaburu, E. (2016). La Gestión de la calidad en Perú: un estudio de la norma ISO 9001, sus beneficios, y los principales cambios en la versión 2015. *Revista de Universidad & Empresa*, 18(30), 33 – 54.

Marin, J., Pardo, M., Bonavia, T. (2008). La Mejora Continua Como Innovación Incremental: El Caso De Una Empresa Industrial Española. *Economía Industrial*, 155-169.



Marin, A., García, J., Bautista, Y. (2012). Etapas En La Evolución De La Mejora Continua: ¿Cómo Viven Las Empresas Este Proceso? Estudio De Un Caso. *Economía Industrial*, 153-163.

Méndez, J. (2013). Calidad, concepto y filosofías: Deming, Juran, Ishikawa y Crosby. *Revista Gestipolis*. Recuperado de <https://www.gestipolis.com/calidad-concepto-y-filosofias-deming-juran-ishikawa-y-crosby/#concepto-de-calidad>

Organización Mundial de la Salud. *Sistema de Gestión de la calidad en el laboratorio*. Suiza: OMS, 169. Recuperado de <http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/252631/9789243548272-spa.pdf;jsessionid=6B39E884265B30DF1A7C088DE2955EE4?sequence=1>

Pérez, G., Giraldo, B. y Serna, J. (2006). *El Mejoramiento de Procesos y su aplicación bajo norma ISO 9004: Caso Compañía de Aceites*. Colombia. Recuperado de <http://www.scielo.org.co/pdf/dyna/v73n150/a09v73n150.pdf>

Suarez, M. y Ramis, J. (2008). Aplicación y Evolución de la Mejora Continua de Procesos en la Administración Pública. *Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 2(1), 74 – 86.

Tamayo, M. (2012). *Metodología de investigación, pautas para hacer la tesis*. Recuperado de <http://tesis-investigacion-cientifica.blogspot.com/2013/08/que-es-la-poblacion.html>

Tigani, D. (2006). *Excelencia en Servicio*. Recuperado de [http://www.laqi.org/pdf/libros\\_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf](http://www.laqi.org/pdf/libros_coaching/Excelencia+en+Servicio.pdf)

## Libros

Alcalde, P. (2008). *Calidad*. Madrid, España: Paraninfo.

Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (3ª ed.). Colombia: Pearson.

Colunga, C. (1995) *La Calidad en el Servicio*. Venezuela: Panorama.

Crosby, P. (1988). *La Organización permanece exitosa*. México: McGraw-Hill.

Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la Teoría General de la Administración* (7ª ed.)  
España: McGraw-Hill.

Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: La salida de la crisis*.  
Madrid, España: Díaz de Santos.

Garvin, D. (1998). *Los Procesos de Organización y Gestión*. Colombia: Raíz.

Harrington, J. (1993). *Mejoramiento de los Procesos de la Empresa*. Santafé de  
Bogotá, Colombia: McGraw-Hill.

Harris, O. (1989). *Administración de Recursos Humanos: Conceptos de Conducta  
Interpersonal y casos*. México: Limusa.

Hernández, R., Fernández, C. Y Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación* (3ª ed.). México D.F., México: McGraw-Hill.

Hernández, R., Fernández, C. Y Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). México D.F., México: McGraw-Hill.

Ishikawa, K. (1986). *¿Qué es control total de la calidad?* Colombia: Normal.

Kabboul, F. (1994). *Curso Reingeniería en las empresas de servicio*. Venezuela: IESA.

Perez, V. (2006). *Calidad Total en la Atención al Cliente: Pautas para Garantizar la Excelencia en el Servicio*. España: Ideas Propias.

Tschohl, J. (2009). *Servicio al Cliente: el arma secreta de la empresa que alcanza la excelencia*. Guatemala: Mundo de Habla Hispana.

## **Tesis**

Arrascue, J. y Segura, E. (2015). *Gestión de Calidad y su Influencia en la Satisfacción del Cliente en la Clínica de Fertilidad del Norte Clinifer ubicado en la ciudad de Chiclayo* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/uss/2283/1/Tesis%20de%20Arrascue%20Delgado%20y%20Segura%20Cardozo.pdf>

Fernández, E. (2015). *Calidad en Atención a Usuarios de la Administración Pública* (Tesis de pregrado). Recuperado de [http://redi.ufasta.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/852/2015\\_AD\\_001.pdf?sequence=1](http://redi.ufasta.edu.ar:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/852/2015_AD_001.pdf?sequence=1)

Gaitán, N. (2017). *Proyecto de Mejora de Servicio al Cliente en la Empresa Distribuciones AC SAS*. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/9132/GaitanNubia2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hidalgo, J. (2015). *Modelo de Gestión para Mejorar la Calidad de Atención al Usuario del Gadm Cantón Babahoyo* (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://dspace.uniandes.edu.ec/bitstream/123456789/1090/1/TUBADM009-2015.pdf>

Ocola, P. (2015). *La Mejora Continua y su Relación con la Calidad de Servicio en la Plataforma de Atención al Usuario del Hospital del Niño ubicado en el distrito de Breña* (Tesis de pregrado). Recuperado de [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/148/ocola\\_yp.pdf?sequence=1](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/148/ocola_yp.pdf?sequence=1)

Solís, H. (2017). *Mejora de la Calidad de servicio en una empresa de alimentos*. (Tesis de pregrado). Recuperado de <http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/913/TITULO%20-%20Sol%C3%ADs%20Rivera%2C%20Haydee.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Suquillo, G. (2014). *Mejoramiento Continuo de la Calidad de Atención en el Servicio de Imagenología del Hospital del Día less Sangolquí 2013 – 2014* (Tesis de maestría). Recuperado de <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/4721/1/T-UCE-0006-40.pdf>

Tórrez, M. (2015). *La Gestión Administrativa y su Impacto en la Mejora Continua hacia la Calidad de la Empresa Matagalpa Coffe Group en el Municipio de Matagalpa, departamento de Matagalpa 2013 – 2014* (Tesis de maestría). Recuperado de <http://repositorio.unan.edu.ni/1801/1/5332.pdf>

Vásquez, A. y López, J. (2015). *Propuesta de Mejora de la Calidad de Servicio en el Policlínico Chiclayo Oeste ubicado en la ciudad de Chiclayo* (Tesis de pregrado). Recuperado de [http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/741/1/TL\\_VasquezBautistaAmbar\\_LopezTafurAbanto.pdf](http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/741/1/TL_VasquezBautistaAmbar_LopezTafurAbanto.pdf)

Vérgara, A. (2017). *Propuesta de Mejora en el Proceso de Atención al Cliente en una Agencia Bancaria* (Tesis de pregrado). Recuperado de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621717/VERGARAL\\_A.pdf;jsessionid=12B99D30C7BD55BBBBA65D035A9A67C5?sequence=11](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621717/VERGARAL_A.pdf;jsessionid=12B99D30C7BD55BBBBA65D035A9A67C5?sequence=11)

## **ANEXOS**

# ANEXO 1 INFORME DE INDICE DE COINCIDENCIAS

The image shows a screenshot of a plagiarism checker interface. The main document area contains the following text:

**Universidad Autónoma del Perú**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE GESTIÓN**  
**CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**  
**DE EMPRESAS**

**TESIS**

“MEJORA CONTINUA Y CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA  
TOURING Y AUTOMOVIL CLUB DEL PERU – 2018”

**PARA OBTENER EL GRADO DE**  
**LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA**  
MAYRA JULISSA LLAUCE MONTES

The interface includes a top navigation bar with 'feedback studio', 'Primera', and page indicators. A right-hand sidebar shows a 'Resumen de coincidencias' (Summary of coincidences) section with a large '6%' indicator. Below this, a list of sources is shown, with the first entry being '1 repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet' with a '6%' match. A Windows Defender notification is visible at the bottom right, stating 'Se ha encontrado malware' and 'Windows Defender lo está eliminando.'.

## ANEXO 2 MATRIZ DE CONSISTENCIA

**Título:** “Mejora continua y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú – 2018”.

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores			
<b>Problema General</b> ¿Cómo la mejora continua se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018?  <b>Problemas Específicos:</b> ¿Cómo el desempeño se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018?	<b>Objetivo General</b> Determinar la relación entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.  <b>Objetivo Específicos</b> Determinar la relación entre el desempeño y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.	<b>Hipótesis General</b> H1: Existe relación entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.  H0: No existe relación entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.  <b>Hipótesis Específicas</b> Existe relación entre el desempeño y la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.	<b>Variable 1: MEJORA CONTINUA</b>			
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Niveles y rangos</b>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>Desempeño</li> <li>Calidad de atención</li> <li>Fiabilidad</li> <li>Procesos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tiempo de Demora</li> <li>Satisfacción</li> <li>Seguimiento</li> <li>Servicio</li> <li>Satisfacción</li> <li>Conformidad</li> <li>Servicio</li> <li>Seguridad</li> <li>Atención</li> <li>Eficacia</li> <li>Rapidez</li> <li>Cumplimiento</li> </ul>	1 = Nunca  2 = Casi nunca  3 = A veces  4 = Casi siempre  5 = Siempre	
¿Cómo la atención	Definir la relación	Existe relación entre	<b>Variable 2: CALIDAD DE SERVICIO</b>			
			<b>Dimensiones</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Escala de medición</b>	<b>Niveles y rangos</b>



<p>se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018?</p> <p>¿Cómo la fiabilidad se relaciona con la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018?</p> <p>¿Cómo los procesos se relación con la calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018?</p>	<p>entre la atención y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.</p> <p>Determinar la relación entre fiabilidad y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.</p> <p>Analizar la relación entre los procesos y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.</p>	<p>la calidad y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.</p> <p>Existe relación entre la fiabilidad y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.</p> <p>Existe relación entre los procesos y calidad de servicio en la empresa Touring y Automóvil Club del Perú en el año 2018.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cortesía</li>   <li>• Comunicación</li>   <li>• Accesibilidad</li>   <li>• Tangibilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención</li> <li>• Respeto</li> <li>• Empatía</li>   <li>• Lenguaje Asertivo</li> <li>• Claridad</li> <li>• Desenvolvimiento</li>   <li>• Apoyo de personal</li> <li>• Efectividad</li> <li>• Tiempo de espera</li>   <li>• Equipamiento Moderno</li> <li>• Instalación de cajeros</li> <li>• Instalaciones atractivas</li> </ul>	<p>1 = Nunca</p> <p>2 = Casi nunca</p> <p>3 = A veces</p> <p>4 = Casi siempre</p> <p>5 = Siempre</p>	
--	--	--	---	---	--	--

## ANEXO 3 INSTRUMENTO SOBRE MEJORA CONTINUA Y CALIDAD DE SERVICIO

INTRODUCCIÓN: A continuación, le presentamos varias proposiciones, le solicitamos que frente a ello exprese su opinión personal considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas marcando con una (X) la que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

1. Nunca	2. Casi nunca	3. A veces	4. Casi siempre	5. Siempre		
<b>PARTE I: MEJORA CONTINUA</b>						
N°	ítem	1	2	3	4	5
<b>DESEMPEÑO</b>						
1	El tiempo que demora en el proceso de la atención que le brinda al cliente es el oportuno					
2	El tiempo que se toma la alta gerencia en aprobar asuntos de clientes con problemas excepcionales es el indicado					
3	El tiempo que se toma el equipo técnico en solucionar problemas de sistema es el indicado					
4	Te sientes satisfecho con la labor que realizas					
5	El puesto en el que te desempeñas satisface tus expectativas laborales					
6	Crees que tu desempeño laboral satisface a las áreas que dependen de tus funciones					
7	El seguimiento que le da al cliente en casos de problemas excepcionales es constante					
8	El área de atención al cliente realiza un correcto seguimiento a las quejas de los postulantes					
9	Es correcto el seguimiento que realiza la encargada en los procesos de casos excepcionales					
<b>CALIDAD DE ATENCIÓN</b>						
10	Crees que la calidad del servicio que se ofrece al cliente es mejor que el que se ofrece en Lince					
11	Crees que el servicio online ayuda a acelerar los procesos de inscripción					
12	El monto del pago por servicio de inscripciones en entidades financieras es el correcto					
13	Satisfaces las necesidades de los postulantes en el proceso de inscripción					
14	Te sientes satisfecho con la nueva implementación de evaluación de desempeño					
15	La nueva implementación de evaluación de desempeño satisficará las necesidades de la empresa					
16	Está conforme con las capacitaciones de atención al cliente que la empresa te brinda					
17	Crees que los reclamos de los clientes acerca de la atención, son justificables					
18	Crees que la empresa debería mejorar el servicio de call center para una mejor información a los postulantes					

FIABILIDAD					
19	El servicio del programa que evalúa los exámenes de reglas y conducción es fiable				
20	Considera que la empresa brinda un servicio de fiabilidad				
21	Cree usted deberían mejorar servicio de evaluación a los postulantes				
22	Creer que deberían colocar seguridad a las afueras de la empresa				
23	Estarías de acuerdo que retiren a los ambulantes que engañan a los postulantes				
24	Creer que deberían colocar mas iluminación en las afueras de la empresa en horas nocturnas				
25	Creer que la empresa fomenta un atención fiable para los postulantes				
26	Creer que deberían mejorar en la atención en los procesos de evaluación				
27	Estarías de acuerdo que capaciten a los evaluadores de pista				
PROCESOS					
28	Creer que deberían mejorar la inscripción online para poder agilizar el proceso de atención a los postulantes				
29	La inscripción por la web contiene los mismos procesos que la inscripción presencial				
30	La inscripción via telefónica presenta los mismos procesos que la inscripción presencial				
31	El tiempo de atención que brinda al postulante es el oportuno				
32	Creer usted que más importante la rapidez que la atención que brindan				
33	Estaría de acuerdo que evalúen el tiempo que usted atiende a los postulantes				
34	Cree usted que cumple al pie de la letra todos los procedimientos establecidos por la empresa				
35	Considera que son muchos los procesos que tiene que pasar el postulante para poder obtener su licencia de conducir				

PARTE II: CALIDAD DE SERVICIO						
N°	ítem	1	2	3	4	5
<b>CORTESÍA</b>						
1	Crees que brindas una buena atención a los postulantes					
2	Crees que deberían mejorar la atención vía telefónica					
3	Estarías de acuerdo en recibir capacitaciones acerca de calidad de servicio					
4	Crees que tu encargada es una persona respetuosa					
5	Estás de acuerdo en que los reclamos son por falta de respeto que brindamos					
6	Crees que deberían mejorar la atención que brindan en la sede de Lince					
7	Cree usted que es bueno mostrar empatía ante cualquier situación que le está sucediendo al postulante durante el proceso de la evaluación					
8	Cree usted que es lo correcto mostrar empatía hacia los postulantes					
9	Crees que la encargada de tu área es una persona empática					
<b>COMUNICACIÓN</b>						
10	Cree usted que transmite un lenguaje asertivo a los postulantes					
11	Crees que deberían realizar reuniones semanales para fomentar el lenguaje asertivo entre ustedes					
12	Estarías de acuerdo que las reuniones se realicen de manera permanente					
13	Cree usted que brinda una comunicación con claridad a los postulantes					
14	Estaría de acuerdo en mejorar la comunicación del call center hacia los postulantes					
15	La comunicación entre encargada y auxiliar es clara y concisa					
16	Cree usted que se desenvuelve de manera optima ante cualquier situación que se presente					
17	Estaría de acuerdo si recibe capacitaciones de desenvolvimiento hacia los postulantes					
18	Estaría de acuerdo que coloquen un protocolo ante una situación complicada					

<b>ACCESIBILIDAD</b>					
19	Cuándo necesita ayuda, es rápida y efectiva el apoyo que recibe de otras áreas				
20	El apoyo que reciben de otra área está bien capacitado				
21	Estás de acuerdo con la rotación de personal en todas las áreas				
22	Crees usted que el apoyo de las otras areas es efectiva				
23	Cumples con efectividad la misión y visión de la empresa				
24	Crees que deberían modificar el procedimiento de atención para hacerlo más efectivo				
25	Cree que el tiempo de atención que brindas es el adecuado				
26	Estás de acuerdo si colocan aplicativo que controle tu tiempo de atención				
27	Estás de acuerdo con la cantidad de personal que hay en tu área de trabajo				
<b>COMUNICACIÓN</b>					
28	En su área de trabajo dispone de todos los equipos necesarios para el proceso de atención				
29	Está de acuerdo con la cantidad de equipos que hay en su área de trabajo				
30	Cree usted que al TACP le falta actualizar/comprar equipamiento en todas las áreas				
31	Crees que deben disponer de cajeros automaticos				
32	Estás de acuerdo que los postulantes que pagan por practicas extras y no tengan efectivo tengan la necesidad de salir y ya no poder nuevamente ingresar debido a la falta de cajeros automáticos				
33	Te parece atractivo tu área de trabajo				
34	Crees que deberían renovar tu área de trabajo				
35	Estarías de acuerdo si colocan un aplicativo para evaluar tu desempeño en tu mesa de atención				

## ANEXO 4 MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUECES

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Validación del instrumento de Mejora Continua

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [ / ]      Aplicable después de corregir [ ]      No aplicable [ ]

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: RAMOS CHANG, JORGE ALONSO

DNI: 40968849

Especialidad del validador:    Temático []      Metodológico [ ]      Estadístico [ ]

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

  
Firma del Experto Informante.

## MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### Validación del instrumento de la Calidad de Servicio

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

### Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [  ]      Aplicable después de corregir [  ]      No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: RAMOS CHANG, JORGE ALONSO

DNI: 40968849

Especialidad del validador:    Temático [  ]      Metodológico [  ]      Estadístico [  ]

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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



Firma del Experto Informante.



## MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### Validación del instrumento de Mejora Continua

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [  ]      Aplicable después de corregir [  ]      No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: V. ALVAREZ RUIZ SEGUINDO 2012

DNI: 178.58481

Especialidad del validador:    Temático [  ]      Metodológico [  ]      Estadístico [  ]

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

  
Firma del Experto Informante.



### MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Validación del instrumento de la Calidad de Servicio

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [  ]      Aplicable después de corregir [  ]      No aplicable [  ]

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: VÁSQUEZ LUIZ SEBASTIÁN SOLÍS

DNI: 7.858.81

Especialidad del validador:    Temático [  ]      Metodológico [  ]      Estadístico [  ]

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

  
Firma del Experto Informante.

### MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Validación del instrumento de Mejora Continua

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA

Opinión de aplicabilidad:


Aplicable       Aplicable después de corregir       No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: DR. MARCELO QUISEPÉ Luis

DNI: 40612463

Especialidad del validador:    Temático       Metodológico       Estadístico

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.  
<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo  
<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo  
**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

  
\_\_\_\_\_  
Firma del Experto Informante.

## MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

### Validación del instrumento de la Calidad de Servicio

Observaciones (precisar si hay suficiencia): HAY SUFICIENCIA.

### Opinión de aplicabilidad:

Aplicable []      Aplicable después de corregir []      No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Mg/Lic./Ing.: DR. MARCELO QUIRPE WIS.

DNI: 40612463


Especialidad del validador:    Temático []      Metodológico []      Estadístico []

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

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

  
Firma del Experto Informante.

## ANEXO 5 CONSENTIMIENTO DE LA EMPRESA



**TOURING Y AUTOMOVIL  
CLUB DEL PERU**

Miembro de:



FEDERATION INTERNATIONALE DE L'AUTOMOBILE  
REGION IV

Razón Social: TOURING Y AUTOMOVIL CLUB DEL PERU  
Domicilio : Av. Trinidad Moran Nro. 698 Urb. Lobaton - Lima - Lince  
R.U.C. : 20100091896

### CONSTANCIA DE LABORES

El que se suscribe en representación del TOURING Y AUTOMÓVIL CLUB DEL PERÚ, certifica:

Que la Srta. Mayra Julissa Llauce Montes, identificada con DNI N° 72111552, realizó estudios de investigación en nuestra empresa en el periodo de octubre 2018, donde se desempeñaba como AUXILIAR DE OFICINA.

En este estudio aplico un cuestionario a los Auxiliares de Oficina, dicha investigación gira entorno a su tesis denominada "MEJORA CONTINUA Y CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA TOURING Y AUTOMÓVIL CLUB DEL PERÚ - 2018".

Por lo expuesto, se expide la siguiente constancia para los fines necesarios, constancia emitida a los 15 días del mes de noviembre del 2018.

TOURING Y AUTOMÓVIL CLUB DEL PERÚ

*Ma. Gabriela Goñi Morgan*  
GABRIELA GOÑI MORGAN  
GERENTE GENERAL

**"Conocer y hacer conocer el Perú es contribuir a su grandeza"**

Av. Trinidad Morán 698, Lince, Lima - Perú. Central Telefónica: 614-9999. [www.touring.pe](http://www.touring.pe)

