



**Universidad
Norbert Wiener**

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y NEGOCIOS
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE INGENIERÍAS**

Tesis

**Procesos de gestión para mejorar la calidad de servicio en una
empresa manufacturera, Lima 2020**

**Para optar el título profesional de Ingeniero Industrial y de
Gestión Empresarial**

AUTOR

Br. Ramirez Gonzales, Randy

ORCID: 0000-0003-1750-2069

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN GENERAL DE LA UNIVERSIDAD

Ingenierías de Sistemas e Informática, Industrial y Gestión Empresarial y
Ambiental

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN ESPECÍFICA DE LA UNIVERSIDAD

Supply Chain Managemnt

LIMA – PERÚ

2020

Miembros del Jurado

Presidente del Jurado

Mg. Walter Chávez Alvarado

ORCID: 0000-0001-8614-482X

Secretario

Mtro. Jorge Ernesto Cáceres Trigoso

ORCID: 0000-0001-5582-3002

Vocal

Mtro. Cesar Antonio Porras Ramírez

ORCID: 0000-0002-6882-5194

Asesor metodólogo

Dr. Fernando Alexis Nolazco Labajos

ORCID: 0000-0001-8910-222X

Asesor temático

Dr. David Flores Zafra

ORCID: 0000-0001-5846-325X

Dedicatoria

A mis padres, Janeth Giovanna Gonzales Soto y Mario Ramirez Gonzales, por el enorme apoyo incondicional en cada etapa de mi vida. Ha sido un orgullo y privilegio ser su hijo, son los mejores.

Agradecimiento

En estos párrafos quiero agradecer a todas las personas que hicieron posible esta investigación. A mis padres por la comprensión, cariño y dedicación. A mi mis profesores con su apoyo incondicional y a mi casa de estudios la Universidad Norbert Wiener.

Declaración de autoría

 Universidad Norbert Wiener	DECLARACIÓN DE AUTORIA		
	CÓDIGO: UPNW-EES-FOR-017	VERSIÓN: 01 REVISIÓN: 01	FECHA: 13/03/2020

Yo, Ramirez Gonzales Randy estudiante de la escuela académica profesional de Ingenierías de la Universidad Privada Norbert Wiener, declaro que el trabajo académico titulado: "Procesos de gestión para mejorar la calidad de servicio en una empresa manufacturera, Lima 2020" para la obtención del Título Profesional de Ingeniería Industrial y de Gestión Empresarial es de mi autoría y declaro lo siguiente:

1. He mencionado todas las fuentes utilizadas, identificando correctamente las citas textuales o paráfrasis provenientes de otras fuentes.
2. No he utilizado ninguna otra fuente distinta de aquella señalada en el trabajo.
3. Autorizo a que mi trabajo puede ser revisado en búsqueda de plagios.
4. De encontrarse uso de material intelectual ajeno sin el debido reconocimiento de su fuente y/o autor, me someto a las sanciones que determina los procedimientos establecidos por la UPNW.



.....
Firma
Ramirez Gonzales Randy
DNI: 72525352



Huella

Lima, 30 de Junio de 2020.

Índice

	Pág.
Miembros del Jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaración de autoría	v
Índice	vi
Índice de tablas	viii
Índice de figuras	ix
Resumen	x
Abstract	xi
I. INTRODUCCIÓN	12
II. MÉTODO	20
2.1. Enfoque y tipo	20
2.2. Población, muestra y unidades informantes	21
2.3. Categorías, subcategorías apriorísticas y emergentes	22
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
2.5. Proceso de recolección de datos	23
2.6. Método de análisis de datos	23
III. RESULTADOS	24
3.1. Descripción de resultados cuantitativos	24
3.2. Descripción de resultados cualitativos	34
3.3. Diagnóstico de la calidad de servicio	39
3.4. Factores de mayor relevancia	44
3.5. Propuesta	47
3.5.1. Priorización del problema	47
3.5.2. Consolidación del problema	47
3.5.3. Fundamentos de la propuesta	47
3.5.4. Categoría solución	48
3.5.5. Direccionalidad de la propuesta	49
3.5.6. Actividades y cronograma	50
IV. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	51
4.1. Discusión	51

4.2. Conclusiones	54
4.3. Recomendaciones	55
REFERENCIAS	56
ANEXOS	63
Anexo 1: Matriz de la investigación	64
Anexo 2: Evidencias de la propuesta	65
Anexo 3: Instrumento cuantitativo	102
Anexo 4: Instrumento cualitativo	104
Anexo 5: Base de datos (instrumento cuantitativo)	108
Anexo 6: Transcripción de las entrevistas o informe del análisis documental	109
Anexo 7: Pantallazos del Atlas. Ti	114
Anexo 8: Fichas de validación de la propuesta	115
Anexo 9: Matrices de trabajo	117

Índice de tablas

	Pág.
Tabla 1. Categorías, subcategorías apriorísticas y emergentes	22
Tabla 2. Porcentajes y frecuencias de la sub categoría tangibilidad	24
Tabla 3. Porcentajes y frecuencias de la sub categoría fiabilidad	26
Tabla 4. Porcentajes y frecuencias de la sub categoría capacidad de respuesta	28
Tabla 5. Porcentajes y frecuencias de la sub categoría seguridad	30
Tabla 6. Porcentajes y frecuencias de la sub categoría empatía	32
Tabla 7. Pareto de la categoría Calidad de servicio	45

Índice de figuras

	Pág.
Figura 1. Porcentajes y frecuencias de la sub categoría tangibilidad	25
Figura 2. Porcentajes y frecuencias de la sub categoría fiabilidad	27
Figura 3. Porcentajes y frecuencias de la sub categoría capacidad de respuesta	29
Figura 4. Porcentajes y frecuencias de la sub categoría seguridad	31
Figura 5. Porcentajes y frecuencias de la sub categoría empatía	33
Figura 6. Análisis cualitativo de la sub categoría tangibilidad	34
Figura 7. Análisis cualitativo de la sub categoría fiabilidad	35
Figura 8. Análisis cualitativo de la sub categoría capacidad respuesta	36
Figura 9. Análisis cualitativo de la sub categoría seguridad	37
Figura 10. Análisis cualitativo de la sub categoría empatía.	38
Figura 11. Análisis mixto de la categoría calidad de servicio	39
Figura 12. Pareto de la categoría calidad de servicio	46
Figura 13. Matriz de direccionalidad de la propuesta	49

Resumen

El siguiente estudio titulado “Procesos de gestión para mejorar la calidad de servicio en una empresa manufacturera, Lima 2020” tuvo como objetivo general proponer procesos de gestión para mejorar la calidad de servicio de dicha empresa.

La investigación fue desarrollada por un enfoque mixto, tiene un sintagma holístico, de tipo proyectiva y justificado por un método inductivo-deductivo, con nivel comprensivo que permitió la investigación; proponer, desarrollar e implementar el tema en desarrollo. Para este estudio se consideró la población de clientes y personal colaborador de la empresa, la muestra cuantitativa es de 30 clientes y se utilizó la encuesta. De instrumento el cuestionario, para el enfoque cualitativo, tomamos 3 colaboradores responsables relacionados con el área, entre ellos, un jefe, un asistente y el director técnico. Se realizó una entrevista de manera virtual, debido al estado de emergencia, para el análisis cuantitativo se utilizó Microsoft Excel 2019 y para los datos cualitativos se utilizó el software ATLAS Ti versión 8.

Con los resultados obtenidos en la investigación, se identificó como mayor importancia que los colaboradores realizan sus actividades sin ninguna estandarización de proceso, ocasionando así que las actividades se realicen erróneamente y con algunos retrasos en las respuestas a las diversas situaciones, además la falta de información para la toma de decisiones era un problema para la organización ya que no se manejaba la información en tiempo real de la organización. Por último, se identificó demoras en tiempo de respuesta referente al proceso de quejas y reclamos, este retraso es el reflejo que el proceso no se encuentra estandarizado.

Palabras clave: Calidad de servicio, procedimientos, satisfacción, mejora continua, gestión.

Abstract

The following study entitled “Management processes to improve the quality of service in a manufacturing company, Lima 2020” had the general objective of proposing management processes to improve the quality of service of said company.

The research was developed by a mixed approach, it has a holistic phrase, of a projective type and it is justified by an inductive-deductive method, with a comprehensive level that allowed the research; propose, develop and implement the topic under development. For this study, the population to clients and collaborating personnel of the company was considered, the quantitative sample is 30 clients and the survey was used. As an instrument the questionnaire, for the qualitative approach, we took 3 responsible collaborators related to the area, among them, a boss, an assistant and the technical director. An interview was conducted virtually, due to the state of emergency, for the quantitative analysis Microsoft Excel 2019 was used and for the qualitative data the ATLAS Ti version 8 software was used.

With the results obtained in the investigation, it was identified as greater importance that the collaborators carry out their activities without any standardization of the process, thus causing the activities to be carried out erroneously and with some delays in responses to various situations, in addition to the lack of information for decision-making it was a problem for the organization since the organization's real-time information was not managed. Finally, delays in response time were identified regarding the complaints and claims process, this delay is the reflection that the process is not standardized.

Key words: Quality of service, procedures, satisfaction, continuous improvement, management

I. INTRODUCCIÓN

En Chile las empresas son atentas a identificar sus problemas organizacionales; tratan de identificar en base a la alta demanda las posibles causas de la insatisfacción o la baja calidad de su servicio percibida por sus clientes. El problema más relevante es su carencia en su plataforma de atención, ya que no satisface la necesidad de la demanda existente. Se utiliza herramientas como las encuestas de satisfacción como parte del proceso de post venta para poder identificar cualquier deficiencia en los servicios, sin embargo, el no poder ejecutar las mejoras; las acciones se quedan nulas (Ojeda, 2016).

De igual forma, en el caso de las organizaciones colombianas se enfocan en los clientes buscando delimitar las deficiencias de sus procesos; identificando si fue por parte del personal, por parte de los equipos o por los procesos. Esta identificación ayuda a la toma de decisión de los altos mandos de la organización, teniendo un criterio basado en las deficiencias que presentan sus procesos, siendo las principales, falta de capacitación al personal administrativo e infraestructura para desarrollar sus actividades (Salazar & Cabrera, 2016).

En la misma línea, en Ibagué se observa que se presenta un clima laboral desgastado, saturado repercutiendo en los colaboradores y su desempeño durante sus actividades en la atención al cliente. Asimismo, la falta de una infraestructura adecuada, equipos modernos y procesos optimizados dificulta las labores que desempeña el personal que realiza sus actividades diarias en las organizaciones y la contratación del personal que no se encuentra calificado para las labores, hace notorio la gran deficiencia en las empresas (Rubio, 2014).

De igual modo en el Perú, las industrias cuentan con una de las más grandes deficiencias en sus procesos, como es la atención al cliente en las cajas; estas son la atención primaria siendo la cara para los clientes directos de las empresas. Los factores principales que causan esa deficiencia son; la alta rotación del personal, salarios reducidos y falta de capacitación al personal repercuten en toda la cadena de valor. Asimismo, las industrias se oponen a la mejora en la inclusión de tecnología vanguardista, dicho sea de paso, esta

tecnología como software o herramientas mejorarían significativamente todos los procesos dentro de la cadena de valor de la empresa (Arciniegas & Mejías, 2017).

Por otro lado, para las organizaciones públicas como privadas la satisfacción de servicio se da entre los diversos sistemas y equipos que se manejan dentro de las diferentes organizaciones. Las privadas cuentan con una mejor infraestructura sin embargo tienen deficiencias en sus procesos, ya sea por personal, equipos, etc. Asimismo, las organizaciones públicas presentan deficiencias en infraestructura, procesos, falta de personal capacitado o poca empatía por el personal, ya que es un personal desgastado por el pasar de los años y no cuentan con el tino para poder llegar a los clientes; repercutiendo en el proceso de atención al cliente y aumentando así la insatisfacción percibida en la calidad de servicio (Loli y otros, 2013).

De igual manera para las empresas del estado, el equipamiento no es lo más óptimo para la ejecución de las actividades desarrolladas durante el día a día, sin embargo, el personal sobrelleva la situación, pero la alta demanda hace que el servicio no cumpla con las expectativas del consumidor. La falta de equipos modernos, infraestructura y personal capacitado disminuye el índice de satisfacción al cliente, los procesos referentes a calidad de servicio; como los de atención al cliente, quejas, reclamos entre otros, se encuentran deficientes (Podestá & Kuljich, 2018).

Finalmente, la empresa manufacturera estudiada se enfoca en la fabricación, empaquetado, etiquetado de productos farmacéuticos, veterinarios y productos de limpieza de uso industrial como de hogar, además se enfoca al servicio de reparación, instalación y mantenimiento de equipos como tableteadoras, etiquetadoras y máquinas lotizadoras de productos. Se percibe problemas en los procesos referentes a la calidad de servicio, como los de atención al cliente, quejas, reclamos y post venta, dicho sea de paso, el personal no se encuentra capacitado para la ejecución en las actividades y los reclamos por parte de los clientes aumentaron gradualmente en los últimos 06 meses. La falta de indicadores hace que no se pueda tomar las decisiones en base a una información adecuada y actualizada, asimismo los retrasos en producción incrementan la percepción de clientes insatisfechos durante los servicios de mantenimiento de equipos a las grandes empresas.

Otro punto a tratar son los procesos, no se encuentran establecidos de limitadamente por áreas de trabajo, no están estandarizados, ni organizados confundiendo las labores de los empleados y atrasando la velocidad de respuesta hacia los clientes por los reclamos recibidos.

Asimismo, se realizaron investigaciones previas a nivel internacional tales como el de López (2018) evidenciando que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados para las labores diarias de la empresa, asimismo cuenta con pocos empleados repercutiendo en que el servicio no sea rápido demorando en las respuestas y se perciba insatisfacción en el servicio por parte de los clientes. Por otro lado, Maggi (2018) evidenció que el servicio no brinda la plena seguridad al usuario, la atención al cliente es deficiente con respecto a la empatía que se brinda durante el servicio y los procesos no estandarizados hacen que los clientes presenten quejas. Asimismo, Boza & Solano (2018) evidenciaron que la alta rotación del personal responde a un salario bajo, a la insatisfacción con el puesto de labores, la falta de capacitación al personal en sus procesos diarios, la falta de estímulo moral por parte de los líderes, pocas actividades recreativas, las opiniones de los empleados no se toman en cuenta, mala relación jefe-empleado y horarios excesivos de trabajo.

Por otra parte, Alva & Bastidas (2016) comentan que deberán brindar un servicio de calidad, para que al momento de adquirir el producto el cliente no tenga ningún tipo de disgusto o no haya cumplido con sus expectativas. Las empresas deberán adquirir conocimiento sobre el porcentaje de comisiones mediante talleres de capacitaciones para la formación de todo el personal clave de la empresa. Finalmente, Morán (2016) considera que la calidad del servicio de transporte en Esmeraldas presenta múltiples deficiencias debido a la falta de evaluaciones al servicio en casi sesenta años de utilización, siendo el trato recibido por parte de colaboradores (choferes) la mayor queja que presentan los clientes de la empresa.

De igual modo para los estudios que se realizaron a nivel nacional como la de Nahuirima (2015) menciona que existe relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción al cliente de las empresas de Andahuaylas en la región de Apurímac. Siendo el factor más importante la capacitación al personal que carecía de dicha fase de

proceso. Por otra parte, Liza & Siancas (2016) concluyó que se logró determinar que la calidad de servicio impacta positivamente en la satisfacción del cliente logrando medir la relación entre la satisfacción del cliente y la calidad del servicio. Concluyendo que la implementación de los procedimientos operativos estandarizados simplificaran errores y aumentarían la eficacia de los colaboradores en la empresa durante la realización de sus actividades.

Por otra parte, Chinchayán (2017) demostró que los resultados determinaron que el servicio brindado por la entidad pública es regular, puesto que la investigación buscó medir la calidad de servicio en general. Sin embargo, se propuso implementar procedimientos operativos estándar y se proyecta una mejora en dicho proceso, además la capacitación del personal será cada 06 meses y buscará crear valor junto a los colaboradores. Igualmente, Mayhuay (2018) concluyó que conforme la apreciación de los consumidores en la calidad percibida de servicio, la compañía cuenta con una gran aceptación por parte de los clientes, sin embargo, se registraron quejas en los últimos meses, por lo que se propuso implementar indicadores de gestión para mejorar y tomar decisiones acertadas en la empresa.

Finalmente, Crisolo & Lazo (2018) determinó la relación que existe entre cultura organizacional y calidad de servicio, asimismo los múltiples problemas que existen en la organización retrasaban el buen desempeño de sus trabajadores. La implementación de la gestión del conocimiento impactaría en todas las áreas respecto al proceso de calidad de servicio dándole una herramienta importante para los líderes de todos los procesos relevantes de la organización.

Para dicha investigación de estudio se utilizó las teorías que son necesarias para estudiar el proceso de calidad de servicio en la compañía manufacturera, como la teoría de la calidad, que aporta temas relacionados de calidad a todo nivel, es decir que los procesos a nivel micro como macros sean siempre de calidad. Igualmente, la teoría clásica de la administración, esta teoría se sustenta bajo un enfoque estructural y fundamental que toda organización deberá enfocarse.

La investigación se sustenta en la teoría de la calidad de Deming y Juran enfoca los lineamientos importantes para toda organización. Nos demuestra que la calidad para las

organizaciones son pilares fundamentales y brindan directrices para ejecución de forma efectiva y rápida en la toma de decisiones. La satisfacción de los clientes internos como externos indicarán la efectividad y pulcritud de los procesos dentro de la organización, las mismas que se podrán medir en base a los objetivos trazados por la directiva, asimismo esta teoría nos enfoca hacia la mejora continua de los procesos y la importancia de ellos en la organización (Deming, 1982; Juran, 1988).

Por el contrario, la teoría clásica de la administración sustenta el enfoque estructural que toda organización debe de tener para lograr la eficiencia en sus procesos. A través de esta teoría podremos enfatizar y enfocarnos hacia la autonomía de los procesos, las soluciones rápidas y tomas de decisiones acertadas; las mismas que están avaladas por la estructura empresarial definida y organizada. Nuestros clientes internos y externos serán nuestros indicadores en la organización asimismo serán pilares fundamentales para los objetivos trazados por la directiva (Chiavenato, 2004; Chiavenato, 2007).

Asimismo, la gestión por procesos no es una referencia, ni un modelo sino toda una estructura de principios que permiten a través de herramientas validar la estructura de un sistema de calidad. Además, este permite mediante procesos claves el poder desplegar muchas estrategias de gestión. Cabe recalcar que estas estrategias se abordan en un trabajo de equipo, esto permitirá la participación del personal clave en los procesos transversales. Por consiguiente, esta gestión es mucho más participativa proyectando organizaciones “planas” y con más apoyo entre sus colaboradores (Pérez, 2010).

En consecuencia, la calidad de servicio es la satisfacción al cliente siempre y cuando este sea percibido por ello. (Séto, 2004); Asimismo, se refiere a la calidad de servicio es la percepción obtenida a juicio personal de cada cliente (Larrea, 1991); en cambio otros autores señalan que la calidad de servicio es la percepción de los clientes y este condiciona al valor del servicio (Varo, 1994); sin embargo, refiere que la calidad de servicio surge desde las expectativas primarias de los clientes y es mucho más amplio de lo que se llama satisfacción al cliente. (Medina, 2000); igualmente nos dicen que la calidad de servicio es lo que refiere en adoptar un punto de vista diferente y que para que entienda la alta dirección el enfoque debe de ser en un proceso de mejora continua de la calidad para todas las personas involucradas en el proceso (Rosander, 1994).

Asimismo, la tangibilidad hace referencia a todas las cosas físicas palpables e inherentes cuando se habla de un producto o un material físico; asimismo, cuando se habla de tangibilidad en un servicio es la forma en que un consumidor lo percibe al momento de recibir el servicio, de esta forma cuando se habla de calidad de servicio se puede obtener las diferencias entre tangibilidad en un servicio y tangibilidad en un producto. Los consumidores son los que proporcionan esa información relevante a las empresas, puesto que ellos al ser encuestados brindarán dicha información respecto a lo que sintieron al realizarse el servicio o cuando ya tienen los productos en sus manos (Setó, 2004; Maqueda & Llaguno, 1995; Quintanilla, Berenguer & Gómez, 2014; Carrete, López, Trujillo & Vera, 2011; López, 2005).

Por otro lado, la capacidad de respuesta se refiere a la velocidad de dar resolución a las necesidades de nuestros clientes, esta medición aportará indicadores que se podrán medir a través de la satisfacción al cliente y en cuanto se puede dar solución a su necesidad. Asimismo, permitirá comprender las necesidades de nuestros clientes en relación con la organización empresarial; siendo esta uno de los indicadores más relevantes e importantes en el proceso de atención al cliente (López, 2000; Organización Mundial de la Salud, 1970; World Food Programme, 2003; Carrasco, 2013; Universidad de Zulia, 2007).

Por otro lado, la fiabilidad refiere a conceptos y enfoques de calidad en la organización, hace referencia a que se debe cumplir las condiciones necesarias que se brindan a componentes, piezas, sistemas o servicios dentro de la cadena de valor. La fiabilidad es un parámetro tangible siempre y cuando se brinde sin fallas y con un tiempo determinado hacia los clientes, asimismo es medible en cuanto el cliente siente la satisfacción de la necesidad requerida y siempre busca en la empresa la ayuda que necesita (Setó, 2004; Griful, 2009; Izquierdo, 2008; Prabhakar & Bertrand, 1989; Crespo & Parra, 2012).

Asimismo, teniendo en cuenta que la empatía hace referencia a la forma en que los colaboradores ofrecen un servicio o venden un producto para los clientes o realizan un servicio en particular, es decir para ofrecer un servicio se debería tener amabilidad, saber llegar al cliente de forma educada y que el colaborador esté dispuesto a la necesidad del

cliente; cuyo resultado es un servicio personalizado. Asimismo, la empatía dentro del servicio ayuda a que la empresa comprenda a sus propios clientes, este valor formaría el eje de enfoque objetivo y racional que será crucial para la ejecución del servicio brindado (Setó, 2004; Roche, 2004; Varo, 1994, Rodríguez del Castillo, 2016; Garcia, 2019).

Considerando que, la seguridad refiere a las conductas, patrones y actitudes de individuos. Desde el punto de vista de realizar un servicio hacia los clientes, podemos ver que se deberá dar la seguridad en todo aspecto, desde el personal hasta el software a utilizar durante el servicio. Asimismo, la seguridad dentro de un servicio es crucial y parte primordial de la organización, ya que los clientes sentirán la sensación de confianza que se verá reflejada en el indicador de satisfacción al cliente (Setó, 2004; Varo, 1994; Pérez, 2001; Ramos, 2004; Aranaz, 2014).

Por otro lado, las subcategorías emergentes que se consideraron fue la mejora continua, que es definida como un camino a la excelencia de una organización, la misma que marca la dirección que todas las empresas deberían incluir en su día a día. La pregunta más relevante que los líderes deberán hacerse es ¿hacia dónde vamos?, esta pregunta delimitará las acciones que deberán realizarse para ejecutar la mejora continua además de realizarse un monitoreo de todas las acciones que se puedan tomar en el camino, esto es un viaje hacia un logro de visión organizacional (Fernández, 2013).

Por último, como subcategoría emergente se consideró la satisfacción, que se define como una consecuencia de la calidad percibida por el servicio recibido o por un producto adquirido, este es el indicador más relevante dentro del proceso de calidad de servicio. La satisfacción muestra ambas caras de un servicio o un producto, puede ser malo o puede ser bueno, eso lo define el proveedor del servicio, dicho sea de paso, el consumidor es el que confirma la calidad de este (Salvador, 2008).

La investigación se justifica a través de la aplicación de una metodología holística con una propuesta integral y eficaz para la compañía. El resultado permitirá a la organización tomar una decisión rápida certera y efectiva para la mejorar de la calidad de servicio brindada por la empresa manufacturera.

Respecto a la justificación práctica la organización al diseñar una mejora en la calidad de servicio impactará en todas las áreas y mejorará las gestiones de sus procesos y sub procesos. Esta se espera que sea percibida por su cartera de clientes de la empresa manufacturera y por consiguiente la satisfacción pueda elevarse a un punto que puedan encontrar satisfechos por los servicios realizados.

Con respecto a la justificación teórica se justifica en las teorías de Calidad y teoría clásica de la administración. Estas teorías sustentan la investigación realizada en la empresa manufacturera. A través de la teoría de la calidad tenemos en claro todos los puntos referentes a la calidad, ya sea servicio o producto, asimismo esta teoría se enfoca hacia la gestión, control y administración de procesos teniendo en claro la estructura de la organización y de la forma en que los procesos interactúan entre ellos, con respecto a la teoría clásica de la administración refiere a la estructura organizacional y está enfocado a lograr la eficiencia de los procesos. A través de esta teoría podremos enfatizar y enfocarnos hacia la autonomía de los procesos, las soluciones rápidas y tomas de decisiones acertadas; las mismas que están avaladas por la estructura empresarial definida y organizada.

Para el estudio se formuló el problema general: ¿De qué manera mejorar la calidad de servicio en la empresa manufacturera, Lima 2020?; los problemas específicos son: a) ¿Cuál fue la situación de la calidad de servicio en la empresa manufacturera, Lima 2020?; b) ¿Cuáles son los factores de mayor importancia que impactan en la calidad de servicio en la empresa manufacturera, Lima 2020?

Finalmente el objetivo general del estudio es: Proponer un plan de mejora en la calidad de servicio en una empresa manufacturera, Lima 2020; los objetivos específicos son: a) Diagnosticar la problemática del proceso de calidad de servicio en una empresa manufacturera, Lima 2020; b) Determinar los factores de mayor importancia que impacten en la calidad de servicio en una empresa manufacturera, Lima 2020.

II. MÉTODO

2.1. Enfoque y tipo

El enfoque mixto, permite el tratamiento de la información crítica de la investigación tanto datos cualitativos como cuantitativos que permiten brindar inferencias y conclusiones objetivas del estudio a investigar, asimismo logra la integración de toda la información recabada producto de la investigación (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018). Este enfoque permite determinar la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa manufacturera, de Lima; usando los métodos mencionados podremos enfatizar y ubicar las falencias de un servicio brindado.

La investigación holística permite que la investigación sea globalizada y evolutiva. Es un proceso integrador, organizado permitiendo la formulación de nuevas realidades y futuras situaciones que se encuentran relacionadas entre sí (Tamayo, 2006). La investigación holística es la que permite la conjugación de todos los conceptos y materias sustentadas en teorías que tienen diferentes enfoques, estos generan modelos que son puestos en prácticas generando nuevas teorías y nuevas soluciones.

El nivel comprensivo tipo proyectiva que permite al investigador utilizar todos sus sentidos tanto cognitivos como psicológicos para el desarrollo de nuevas hipótesis o formulaciones de diversas explicaciones en las investigaciones. Dichas explicaciones son el producto de toda una serie de niveles de comprensión; desde el cómo, hasta el porqué de las cosas (Hurtado, 2004). Este nivel comprensivo proporciona al investigador plantear sus hipótesis respecto al problema o su causante y así poder construir posibles soluciones en las distintas variantes de solución.

Para aplicación del método deductivo en una investigación es necesario tomar como base teoremas o postulados de diversos autores que son aplicados globalmente y que nos ayudaran a concluir hipótesis o conclusiones particulares (Bernal, 2006). El método deductivo se aplica en las investigaciones a partir de postulados, teorías e investigaciones que sirven como base para aplicarlos en soluciones o hipótesis propuestas de las investigaciones.

Para la aplicación del método inductivo se realiza a través de hechos particulares y finalizan siendo postulados universales. Estas conclusiones postulan a ser investigaciones consideradas como leyes, fundamentos o teorías validas en toda investigación (Bernal, 2006). Este método deductivo enfoca al investigador a realizar las muestras y estudios en el campo, mediante la observación y racionalización y formular conclusiones a través de ellas.

2.2. Población, muestra y unidades informantes

La población se define como un grupo de unidades particulares que comparten similitudes y se define como la investigación estadística de la investigación. (Hernández, 2001). La población permite ser el grupo objetivo de investigación y este busca brindar datos estadísticos agrupados respecto a la problemática de la investigación; siendo esta los clientes de la empresa manufacturera ubicada en el distrito de Chorrillos, Lima. (Hernández, 2001). La población para la investigación fue de 30 clientes de la empresa manufacturera.

Según lo anterior mencionado, en cuanto a la muestra, es la selección de la población cuya validez permite brindar los resultados a los estudios con ciertos criterios estadísticos. (Ferreira. 2006). La selección de la muestra en este proyecto serán los 30 clientes de empresa manufacturera que permitirán la obtención de la información para la investigación a realizarse.

Para el desarrollo de la investigación, son imprescindibles las unidades informantes, que es todo elemento que integra la población de la investigación y estas brindan información detallada del lugar a investigar, pueden ser: Empleados individuos que se puedan manejar información verídica. (IICA, 1981)

Respetando líneas arriba, los entrevistados en el presente estudio para la obtención de información serán: a) Los clientes de la empresa manufacturera y b) Administrador, director técnico y asistente.

2.3. Categorías, subcategorías apriorísticas y emergentes

Las categorías, subcategorías apriorísticas y emergentes son de acuerdo a la tabla 1.

Tabla 1

Categorías, subcategorías apriorísticas y emergentes de la gestión de inventarios

Categoría	Sub categoría	Indicadores	
C1	Calidad de servicio	Tangibilidad	Instalaciones Equipos Personal Cumplimiento
		Fiabilidad	Performance Responsabilidad Productividad
	Calidad de servicio	Capacidad de respuesta	Conocimiento Capacidad Comportamiento
		Seguridad	Salubridad Credibilidad Amabilidad
	Sub categoría emergente	Empatía	Personalización Atención
		Categoría Solución	
		Procesos de gestión	
		Mejora continua	
		Satisfacción	

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la presente investigación se estará utilizando la técnica encuesta, que se describe como una investigación que se realiza sobre la población o muestra de estudio, utilizando técnicas adecuadas de preguntas con el fin de poder obtener respuestas cuantitativas de variedad de peculiaridades objetivas y subjetivas de la población de estudio (Delgado, 2012). En este caso, para la empresa manufacturera proporcionara información relevante de sus clientes y de lo reflejan en cuanto a los servicios o productos que ofrecen. Asimismo, la encuesta será bajo el enfoque del modelo de investigación comercial servqual, el cual proporcionará conocimiento de expectativa de los clientes y su la medición de la calidad de servicio de la organización. El instrumento cuestionario es la agrupación de preguntas que están

elaboradas a medida sobre sucesos que concierne a la investigación, para la respuesta de la población o muestra que se está estudiando. (Abad, 1997)

La entrevista es un instrumento objetivo y confiable, es un dialogo que evita eludir lo abstracto para poder obtener respuestas concretas, claras y precisas. Se podrá aclarar interrogantes y es efectiva (Packer, 2018). El instrumento, guía de entrevista que sirve como técnica de la entrevista que debe ser bien realizado no impreso, con preguntas claras y concisas en una hoja simple, que serán dirigidas al entrevistado en una determinada secuencia (Ñaupas, Valdivia, Palacios & Romero, 2018).

2.5. Proceso de recolección de datos

Para la siguiente investigación se aplicará la triangulación de las variables tanto cualitativas como cuantitativas. Para los datos cuantitativos se utilizará la técnica encuesta, que se desarrollará virtualmente hacia los clientes de la empresa manufacturera. Para los datos cualitativos se utilizará la técnica entrevista, que se aplicará a 03 colaboradores de la empresa: a) Director técnico; b) Administrador; c) Asistente de calidad, la cual se realizará de manera virtual.

2.6. Método de análisis de datos

Para la investigación se obtuvieron datos cuantitativos por medio de la herramienta encuesta, de las cuales analizaremos a través de Excel (diagrama de Pareto) para la recolección, ejecución e interpretación de los resultados. Asimismo, dichos resultados analizados se tabularán como datos estadísticos y al ejecutar los gráficos nos proporcionará una información más clara de la situación de la empresa manufacturera. Por otro lado, para el análisis de recopilación de datos cualitativo, se realizará utilizando la herramienta entrevista, dicha información brindara información exacta por parte de los colaboradores que serán entrevistados. Dichos datos serán analizados por el software ATLAS ti que es una herramienta que sirve de organizador y reagrupado de datos. Finalmente se procederá a realizar la triangulación de datos tanto cualitativos como cuantitativos, esto permitirá efectuar de una manera combinada dichas variables.

III. RESULTADOS

3.1. Descripción de resultados cuantitativos

Tabla 2

Porcentajes y frecuencias de la sub categoría tangibilidad

Ítems	F. desacuerdo		M. desacuerdo		Desacuerdo		Neutro		De acuerdo		M. de acuerdo		F. de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1. ¿Los equipos que emplea el servicio tienen apariencia moderna?	0	0.00	0	0.00	3	10.00	13	43.33	9	30.00	5	16.67	0	0.00
2. ¿Las instalaciones físicas del servicio tienen apariencia moderna?	0	0.00	0	0.00	2	6.67	10	33.33	12	40.00	5	16.67	1	3.33
3. ¿Los empleados del servicio tienen apariencia pulcra?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	7	23.33	6	20.00	10	33.33	7	23.33
4. ¿Los materiales relacionados con el servicio (la carta, publicidad) son Visualmente atractivos?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5	16.67	16	53.33	8	26.67	1	3.33

Fuente: Elaboración propia (2020).

Realizadas las encuestas, las preguntas y respuestas que se pueden interpretar de esta sub categoría se expresa a continuación: Con respecto a la pregunta 1: Respecto a los equipos, un importante 43.3% tiene una opinión intermedia neutral y un 46.7% tienen una opinión positiva frente a los equipos, es decir los equipos utilizados brinda una imagen moderna a los clientes. La pregunta 2: Respecto a las instalaciones, manifestó un importante 40% tiene una impresión positiva; que se encuentra de acuerdo con las instalaciones, mientras solo un 6.7% se encuentra en desacuerdo con las instalaciones.

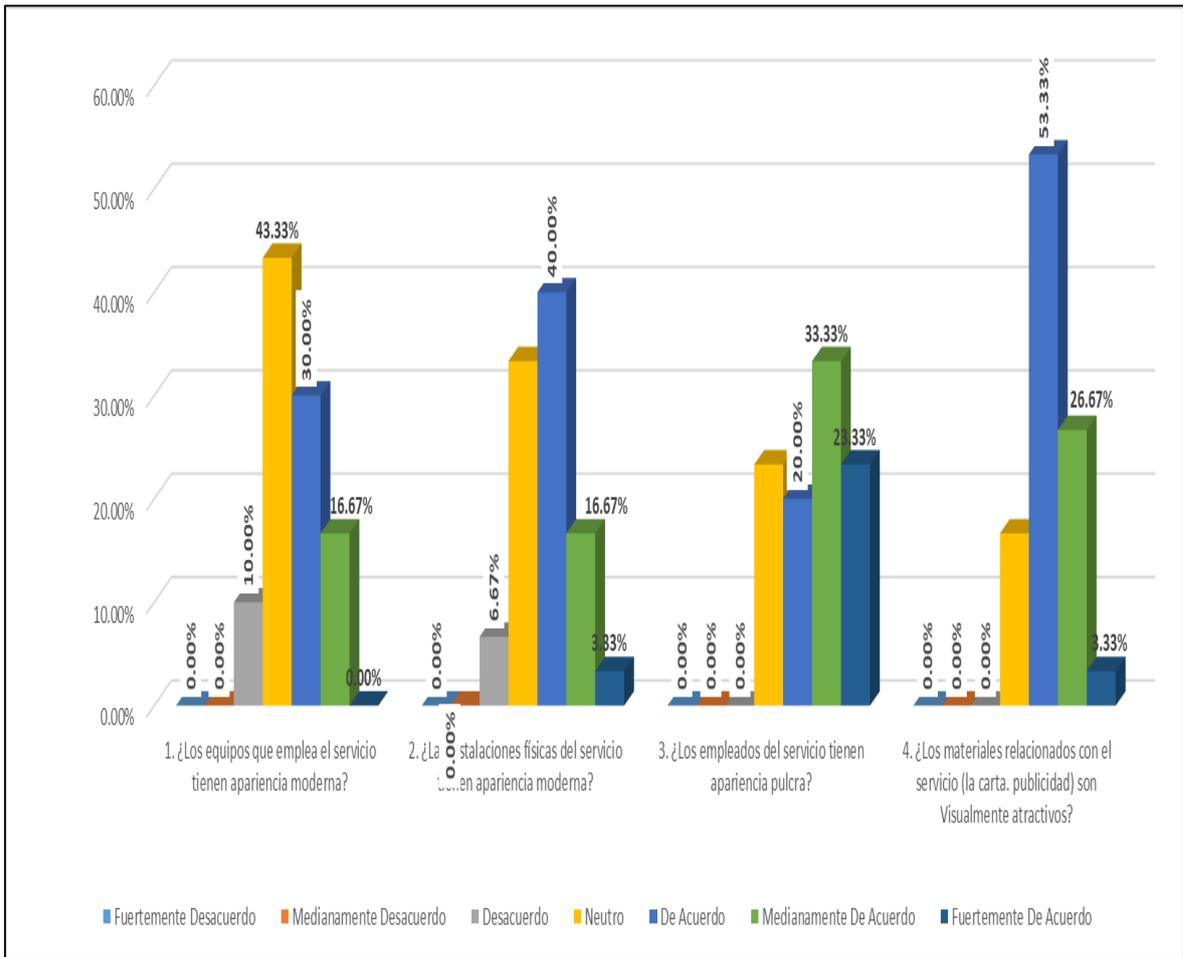


Figura 1. Porcentajes y frecuencias de la sub categoría tangibilidad.

Fuente: Elaboración propia (2020).

Con respecto a la pregunta 3: Respecto a los empleados; un importante 23.3% se mostró neutral respecto a los empleados y su apariencia mientras que un considerable 76.6% mostro evidencia positiva frente a la pulcritud de los empleados. Finalmente, en relación a la pregunta 4: Respecto a los servicios de publicidad, el 53.3% se mostró de acuerdo a tipo de banners y la forma visual de la publicidad en los servicios de la empresa manufacturera.

La tangibilidad de servicios de una organización buscar brindar la sensaciones tangibles a servicios intangibles mediante soportes y aportes que permitan que el servicio pueda ser apreciado por los clientes más intensos (Maqueda y Llaguno, 1995).

Tabla 3

Porcentajes y frecuencias de la sub categoría fiabilidad

Ítems	F. desacuerdo		M. desacuerdo		Desacuerdo		Neutro		De acuerdo		M. de acuerdo		F. de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
5. ¿Cuándo el servicio promete hacer algo en cierto tiempo realmente lo hace?	0	0.00	0	0.00	4	13.33	6	20.00	14	46.67	6	20.00	0	0.00
6. ¿Cuándo tengo algún problema con el pedido, el servicio muestra interés en resolverlo?	0	0.00	1	3.33	13	43.33	5	16.67	9	30.00	2	6.67	0	0.00
7. ¿El servicio ofrecido por la empresa manufacturera ha realizado bien su atención desde la primera vez?	0	0.00	0	0.00	1	3.33	6	20.00	8	26.67	11	36.67	4	13.33
8. ¿Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos?	0	0.00	0	0.00	5	16.67	10	33.33	10	33.33	3	10.00	2	6.67

Fuente: Elaboración propia (2020).

Realizadas las encuestas, las preguntas y respuestas que se pueden interpretar de esta sub categoría se expresa a continuación: Con respecto a la pregunta 5, un importante 46.7% se muestran de acuerdo con el servicio, es decir que normalmente se cumple con los detalles de los servicios. La pregunta 6 si la empresa muestra interés por resolverlo, manifestó un importante 43.3% en desacuerdo y un 30% que se encuentra de acuerdo que la empresa si tiene el interés para resolverlo; en este punto se encuentra divididas las opiniones de los clientes. Con respecto a la pregunta 7, un considerable 36.7% indican que se encuentran de acuerdo y conforme respecto a que el servicio se ha realizado bien desde la primera vez.

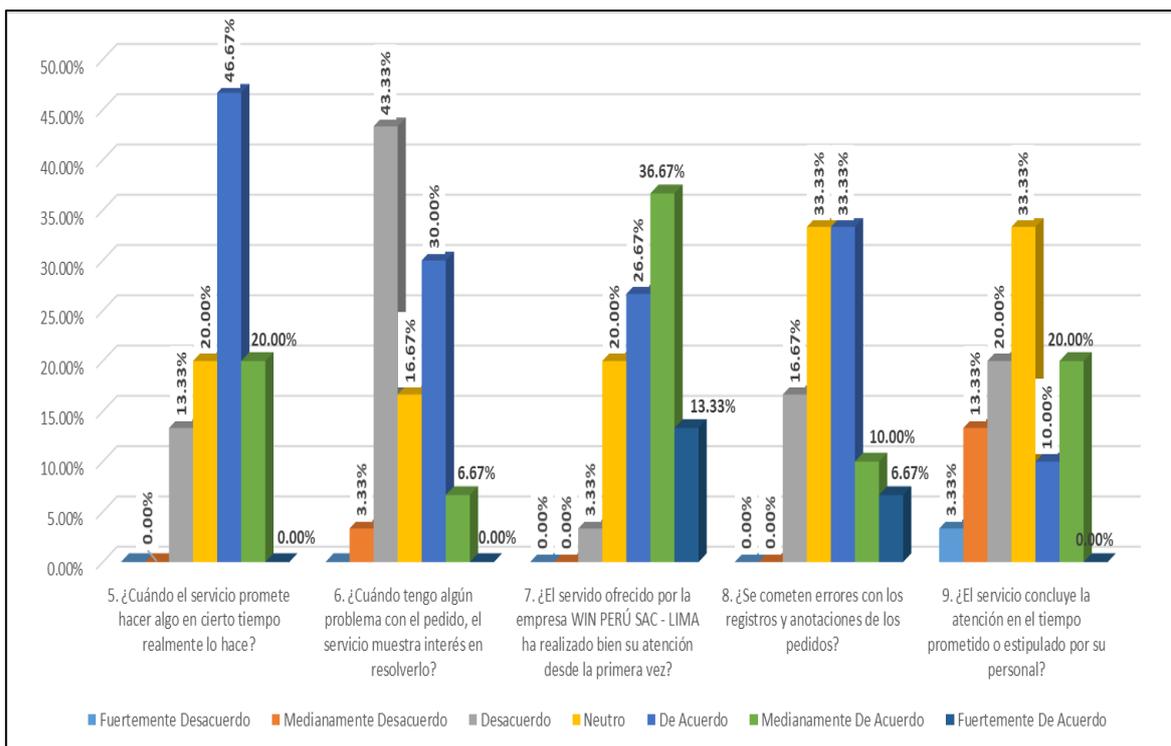


Figura 2. Porcentajes y frecuencias de la sub categoría fiabilidad.

Fuente: Elaboración propia (2020).

Con respecto a la pregunta 8, se mostró un importante 33.3% en neutro y otro 33.3% de acuerdo, respecto a los errores, lo que significa que se comenten errores durante el llenado de registros y anotaciones en el proceso. Finalmente, en relación a la pregunta 9, el personal culmina en el tiempo estipulado, el 33.3% se mostró con un posición intermedia, mientras que existe un 3.33% que se encuentra fuertemente desacuerdo, por otra parte un 10% se encuentra de acuerdo; que el servicio se realiza en el tiempo estipulado, esto nos demuestra que el servicio no es estándar frente a otros puntos ya definidos.

La fiabilidad en el servicio supone una que el servicio será de forma correcta, sin fallas ni cambios, realizar un servicio tal y cual se estipulo desde el principio, lo contrario a esto supondrá deterioros en la imagen organizacional, y en el peor de los casos la perdida de los clientes (Varo, 1994).

Tabla 4

Porcentajes y frecuencias de la sub categoría capacidad de respuesta

Ítems	F. desacuerdo		M. desacuerdo		Desacuerdo		Neutro		De acuerdo		M. de acuerdo		F. de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
10. ¿Los empleados comunican cuando concluirá el servicio?	0	0.00	0	0.00	4	13.33	10	33.33	9	30.00	7	23.33	0	0.00
11. ¿Los empleados ofrecen un servicio rápido?	0	0.00	0	0.00	1	3.33	11	36.67	8	26.67	10	33.33	0	0.00
12. ¿Los empleados están dispuestos a ayudar?	0	0.00	0	0.00	2	6.67	3	10.00	8	26.67	13	43.33	4	13.33
13. ¿Los empleados responden correctamente las preguntas que se les hacen?	0	0.00	2	6.67	9	30.00	9	30.00	6	20.00	4	13.33	0	0.00

Fuente: Elaboración propia (2020).

Realizadas las encuestas, las preguntas y respuestas que se pueden interpretar de esta sub categoría se expresa a continuación: con respecto a la pregunta 10, un importante 53.3% se muestra de acuerdo que los empleados tienen claro el ciclo de vida del servicio. La pregunta 11: ¿Los empleados ofrecen un servicio rápido?, se manifestó un importante 36.7% en deduciendo que regularmente el servicio es rápido, un 60.0% se mostró conforme con la rapidez del servicio y solo el 3.3% de los encuestados se mostró desconforme con la rapidez del servicio. Con respecto a la pregunta 12: ¿Los empleados están dispuestos a ayudar?; un considerable 43.3% se encuentra fuertemente de acuerdo que los empleados siempre están dispuestos a ayudar, mientras que solo un 6.7% percibió que los empleados no se encuentran serviciales durante las labores. Finalmente, en relación a la pregunta 13, en este punto las opiniones se encuentran divididas ya que un 30% se encuentra en desacuerdo y un 6.7% se encuentra en total desacuerdo, mientras que un 30% responde regular y un 20% se encuentra

de acuerdo y un 13% medianamente de acuerdo que los empleados responden asertivamente en las consultas que puedan realizarse en este punto se hace notar que la prestación no es estándar.

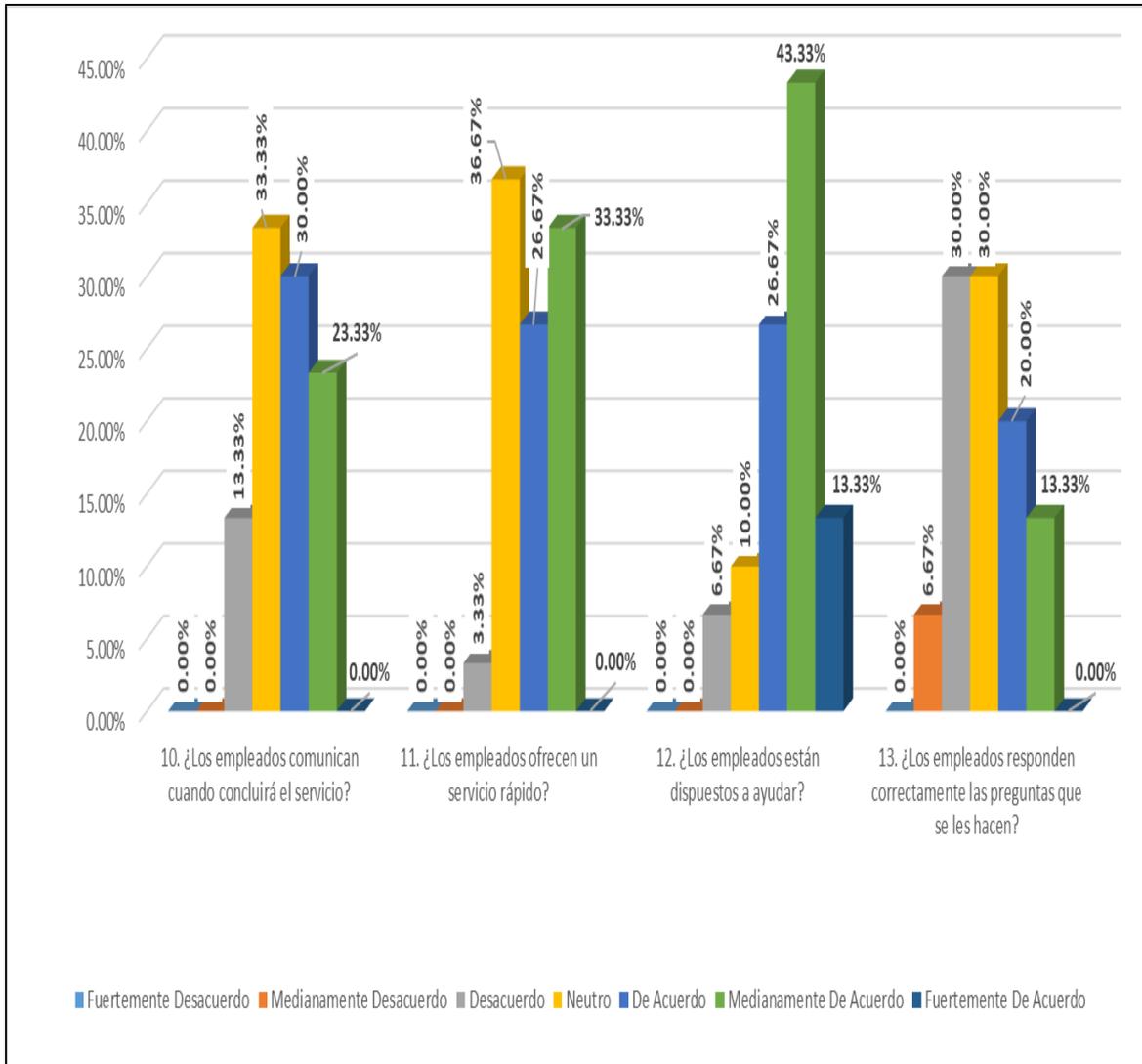


Figura 3. Porcentajes y frecuencias de la sub categoría capacidad de respuesta.

Fuente: Elaboración propia (2020).

La relevancia de la capacidad de respuesta es que la organización busque ser la más sencilla en su diseño pero la más compleja en la ejecución de los procesos, mientras la organización busque responder eficazmente las necesidades de los clientes, este mismo creara un hábito de confort con la organización (Denton, 1989).

Tabla 5

Porcentajes y frecuencias de la sub categoría seguridad.

Ítems	F. desacuerdo		M. desacuerdo		Desacuerdo		Neutro		De acuerdo		M. de acuerdo		F. de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
14. ¿El comportamiento de los empleados transmite confianza?	0	0.00	7	23.33	7	23.33	9	30.00	7	23.33	0	0.00	0	0.00
15. ¿Me siento segura con el servicio?	0	0.00	0	0.00	1	3.33	4	13.33	12	40.00	7	23.33	6	20.00
16. ¿Los empleados son amables?	0	0.00	1	3.33	2	6.67	5	16.67	12	40.00	8	26.67	2	6.67
17. ¿Se siente seguro al momento de cancelar el servicio ya sea efectivo o con tarjeta?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	5	16.67	12	40.00	10	33.33	3	10.00

Fuente: Elaboración propia (2020).

Realizadas las encuestas, las preguntas y respuestas que se pueden interpretar de esta sub categoría se expresa a continuación: Con respecto a la pregunta 14, sobre el comportamiento de los empleados, las opiniones se encuentran divididas; tenemos a un 23.3% medianamente desacuerdo y un 23.3% desacuerdo, mientras que un 30% dice que el comportamiento es regular y un 23.3% opina que está de acuerdo que los trabajadores brindan confianza. La pregunta 15: ¿Me siento segura con el servicio? Se manifestó un importante 40% de acuerdo, un 23.3% medianamente de acuerdo y un fuertemente de acuerdo con la seguridad en el servicio, por otro lado, tenemos con un regular de 13.3% y un 3.3% que se encuentra en desacuerdo con la seguridad en el servicio. Con respecto a la pregunta 16: ¿Los empleados son amables?; un considerable 40% se encuentra de acuerdo, un 26.7% medianamente de acuerdo y un 6.7% fuertemente de acuerdo, cabe resaltar que un 16.7% se encuentra en la posición de regular, mientras que 3.3% medianamente desacuerdo y un 6.7 en desacuerdo, lo que nos indica opiniones divididas entre los clientes. Finalmente, en relación a la pregunta 17, el 40% de los encuestados manifiestan que se encuentran conformes, mientras un 33.3% se encuentra medianamente de acuerdo y un 10% se encuentra fuertemente de acuerdo, por

otro lado 16.7% se encuentra opinando que es regular la seguridad que tiene al pagar el servicio por efectivo o por tarjeta.

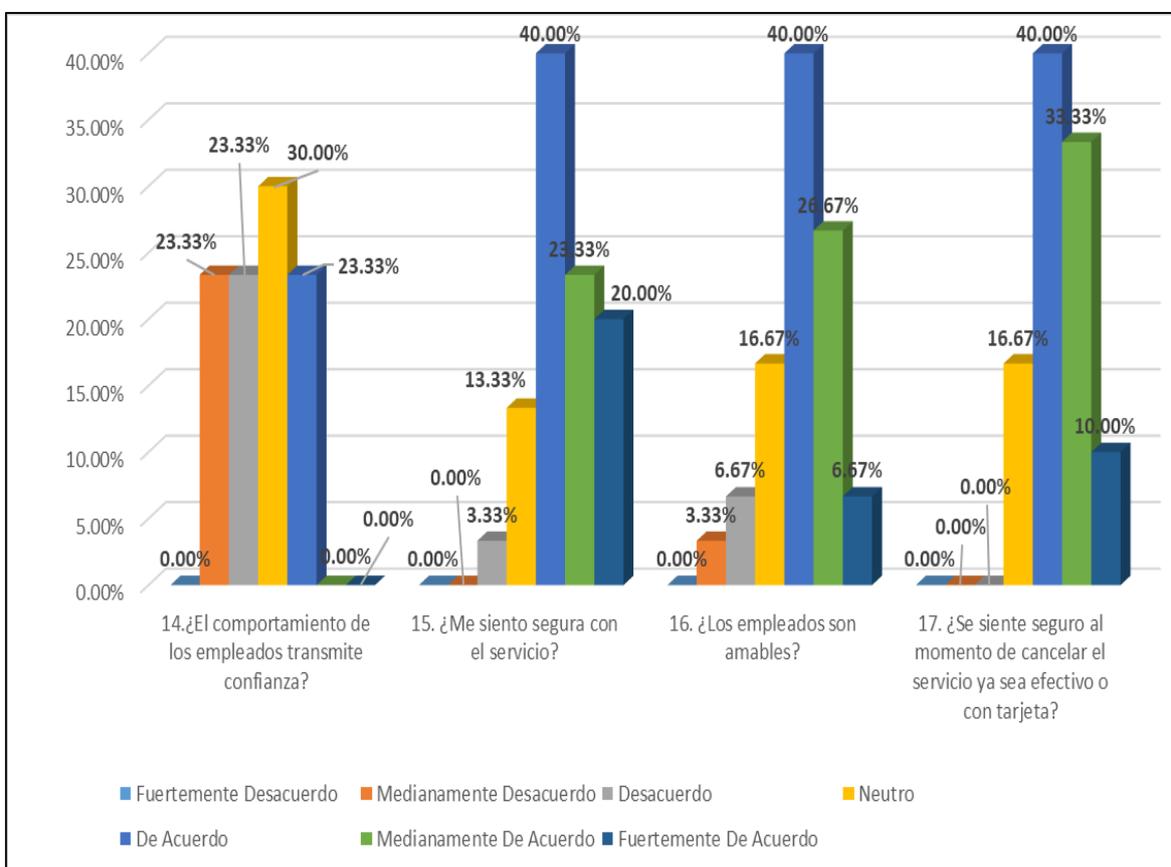


Figura 4. Porcentajes y frecuencias de la sub categoría seguridad.

Fuente: Elaboración propia (2020).

La seguridad en los servicios debe ser tangibles para los clientes, es decir, deben de tener el mínimo riesgo posible o dudas existentes de los procesos del servicio, además cuando se conceptualiza la seguridad, forma un todo comprendiendo desde seguridad integra del cliente hasta seguridad en la compra o servicio adquirido (Grande, 2005).

Tabla 6

Porcentajes y frecuencias de la sub categoría empatía

Ítems	F. desacuerdo		M. desacuerdo		Desacuerdo		Neutro		De acuerdo		M. de acuerdo		F. de acuerdo	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
18. ¿Recibo atención individualizada?	0	0.00	0	0.00	5	16.67	10	33.33	7	23.33	6	20.00	1	3.33
19. ¿El horario de la prestación del servicio me resulta cómodo?	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	10.00	17	56.67	10	33.33
20. ¿El servicio se preocupa por mis intereses, y por lo que como cliente pueda desear?	0	0.00	0	0.00	2	6.67	16	53.33	8	26.67	4	13.33	0	0.00
21. ¿Los empleados comprenden mis necesidades?	3	10.00	5	16.67	12	40.00	6	20.00	2	6.67	2	6.67	0	0.00

Fuente: Elaboración propia (2020).

Realizadas las encuestas, las preguntas y respuestas que se pueden interpretar de esta sub categoría se expresa a continuación: Con respecto a la pregunta 18: ¿Recibo atención individualizada?, referente a esta pregunta nos encontramos con 36.7% que opina que la atención individualizada es regular, mientras que un 16.7% esta desacuerdo, por otro lado tenemos aun 23.3% que se muestra de acuerdo con la atención individualizada, mientras un 20% medianamente de acuerdo y un 3.3% fuertemente de acuerdo con dicha interrogante. La pregunta 19, se manifestó un importante 56.7% medianamente de acuerdo con el horario, un 33.3% fuertemente de acuerdo y un 10% de acuerdo, esto quiere decir que el horario establecido es positivo para los clientes. Con respecto a la pregunta 20, un considerable 53.3% indican regular, un 6.7% se siente en desacuerdo, por otro lado, tenemos opiniones positivas; un 26.7% se encuentra de acuerdo y el 13.3% se encuentra medianamente de acuerdo con la preocupación por los intereses de los clientes. Con respecto a la pregunta 21, si los empleados comprenden las necesidades del cliente, en este punto encontramos

opiniones divididas, desde un 40% en desacuerdo, un 16.7% medianamente desacuerdo y un 10% fuertemente en desacuerdo, también tenemos un 20% que opina que los empleados comprenden regularmente las necesidades del cliente, mientras que un 6.7% se siente conforme y un 6.7% medianamente de acuerdo, esto quiere decir que el servicio en este punto tiene deficiencia.

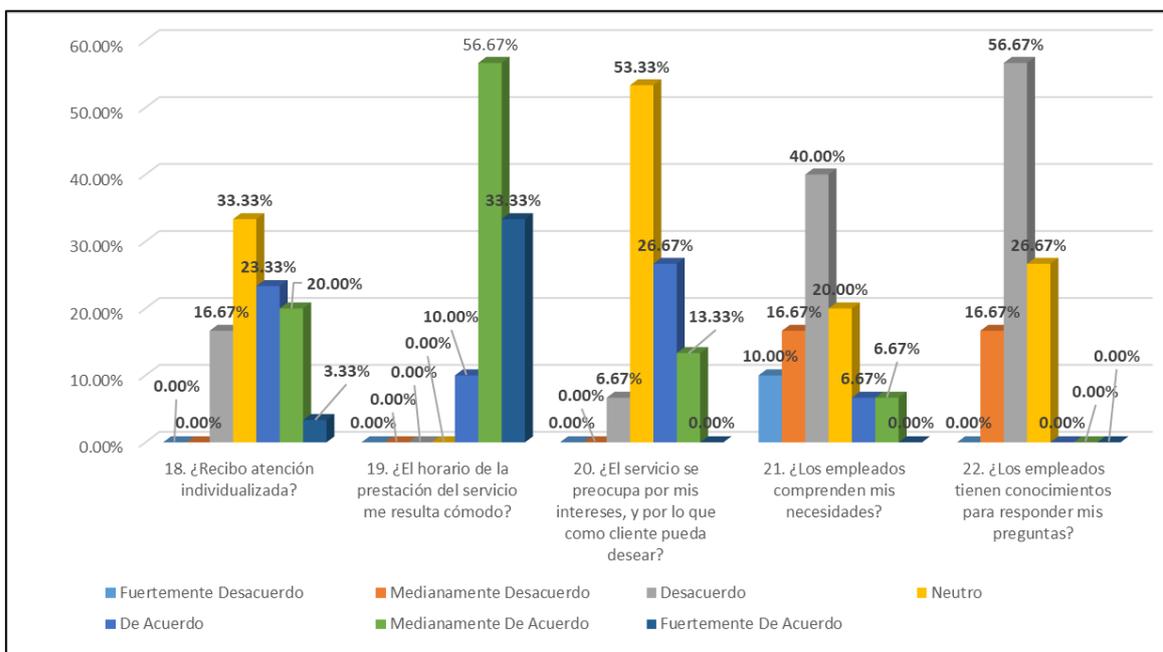


Figura 5. Porcentajes y frecuencias de la sub categoría empatía

Fuente: Elaboración propia (2020).

Finalmente, en relación a la pregunta 22, si los empleados cuentan con los conocimientos sobre el servicio, en este punto, se tiene un 56.7% en desacuerdo y un 16.7% medianamente desacuerdo y un importante 26.7% de los encuestados dice regular, si los empleados tienen los conocimientos para responder las preguntas de los responsables de cada cliente, esto nos encamina hacia un problema.

La empatía en los servicios es lo que más importa para las organizaciones de servicios y esta es la mejor forma de lograr que nuestro equipo de trabajo logre el compromiso y los objetivos trazados en la organización, para las empresas de servicio permite crear la capacidad de ponerse en el caso de los clientes y también de los colaboradores de la organización (Shaw, 1988).

3.2. Descripción de resultados cualitativos

La tangibilidad se respalda en 3 indicadores como son las de equipos, instalaciones y personal pulcro. Con respecto a equipos, la empresa cuenta con equipos modernos para el desarrollo de las actividades y procesos. Los equipos permiten llevar con eficacia las labores encomendadas a los colaboradores siendo este un punto a favor para la empresa.

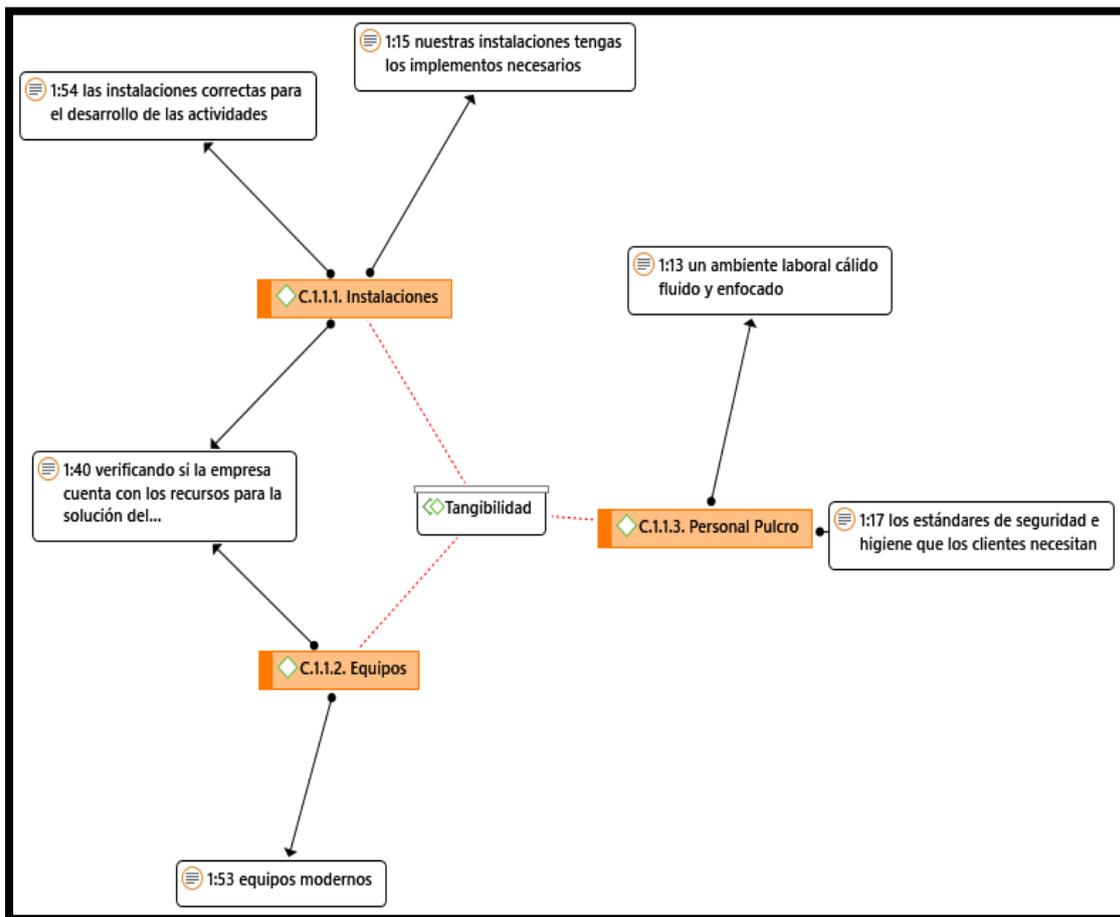


Figura 6. Análisis cualitativo de la sub categoría tangibilidad.

Desde la perspectiva de personal, nuestros colaboradores se muestran lo más impecables posibles frente a cualquier circunstancia con los clientes, llevándose así la perspectiva de pulcritud y buena imagen hacia los clientes, son puntos a favor que se brinda para la empresa. Así mismo para el indicador de instalaciones, la organización cuenta con una amplia infraestructura, lo que permite generar esa sensación de confianza hacia nuestros clientes en que los productos y servicios que se brindan son de calidad.

La fiabilidad se respalda en 3 indicadores como son la responsabilidad, el performance y el cumplimiento. Con respecto a la responsabilidad; para la empresa es importante llevar el proceso de inicio hasta el final de forma eficaz y responsable, ya que es uno de nuestros valores más importantes de la organización.

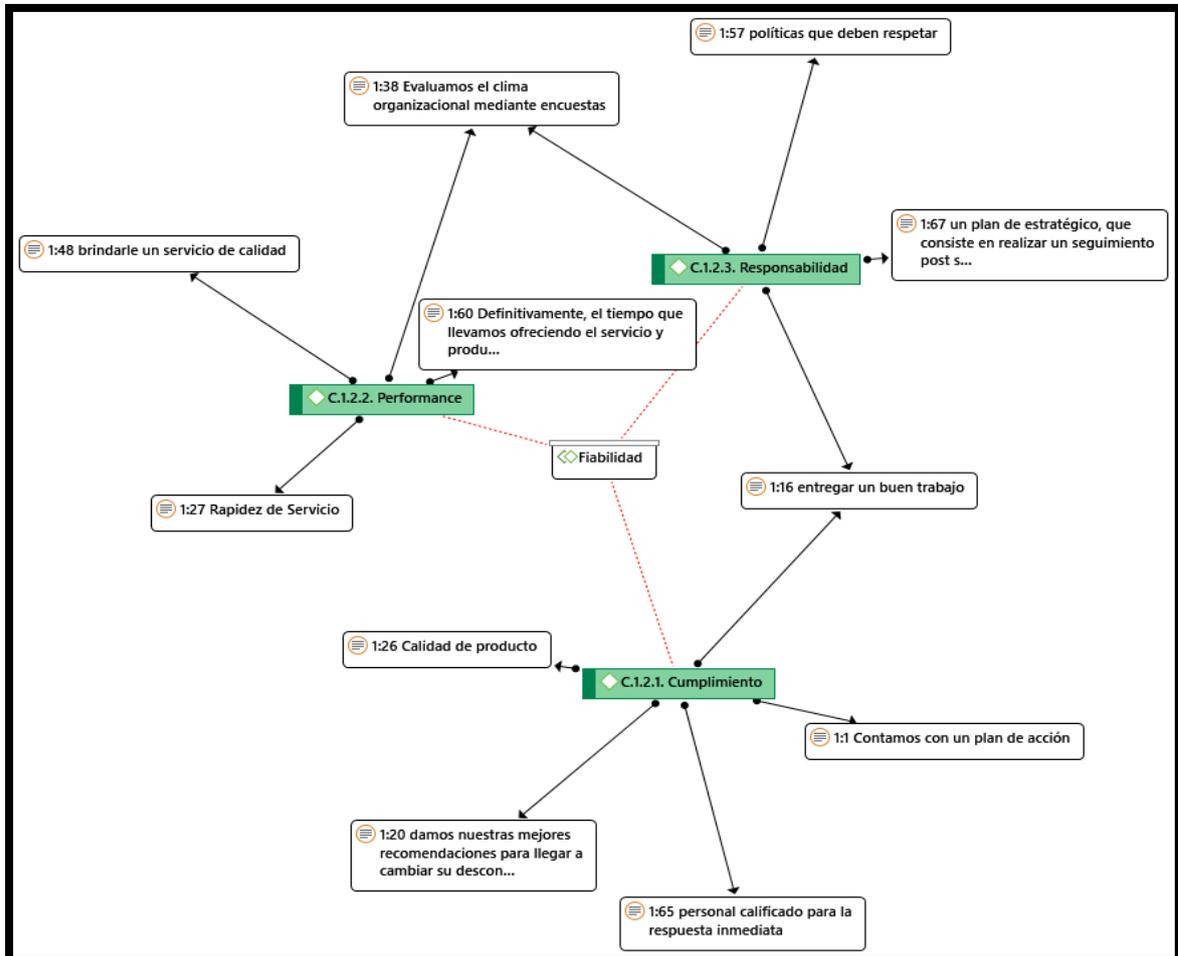


Figura 7. Análisis cualitativo de la sub categoría fiabilidad.

Desde la perspectiva de performance, se busca llevar proceso o servicios lo más eficientes posibles, en este punto la rapidez, la calidad son pilares en el desarrollo de las actividades. Así mismo en el indicador de cumplimiento, contamos con planes de acciones para lograr los objetivos de la empresa, nuestro personal se encuentra calificado para el cumplimiento en todo aspecto de los procesos y así poder lograr un producto y servicio de calidad.

La capacidad de respuesta se respalda en indicadores como son el capacidad, conocimiento y productividad y obteniendo un indicador emergente como la mejora continua. Con respecto a la capacidad la empresa cuenta con la capacidad de llevar a cabo servicios de calidad, tenemos la oportunidad de brindar soporte post venta o servicio, un punto a favor en nuestro servicio, además de ello el personal se encuentra capacitado para ello.

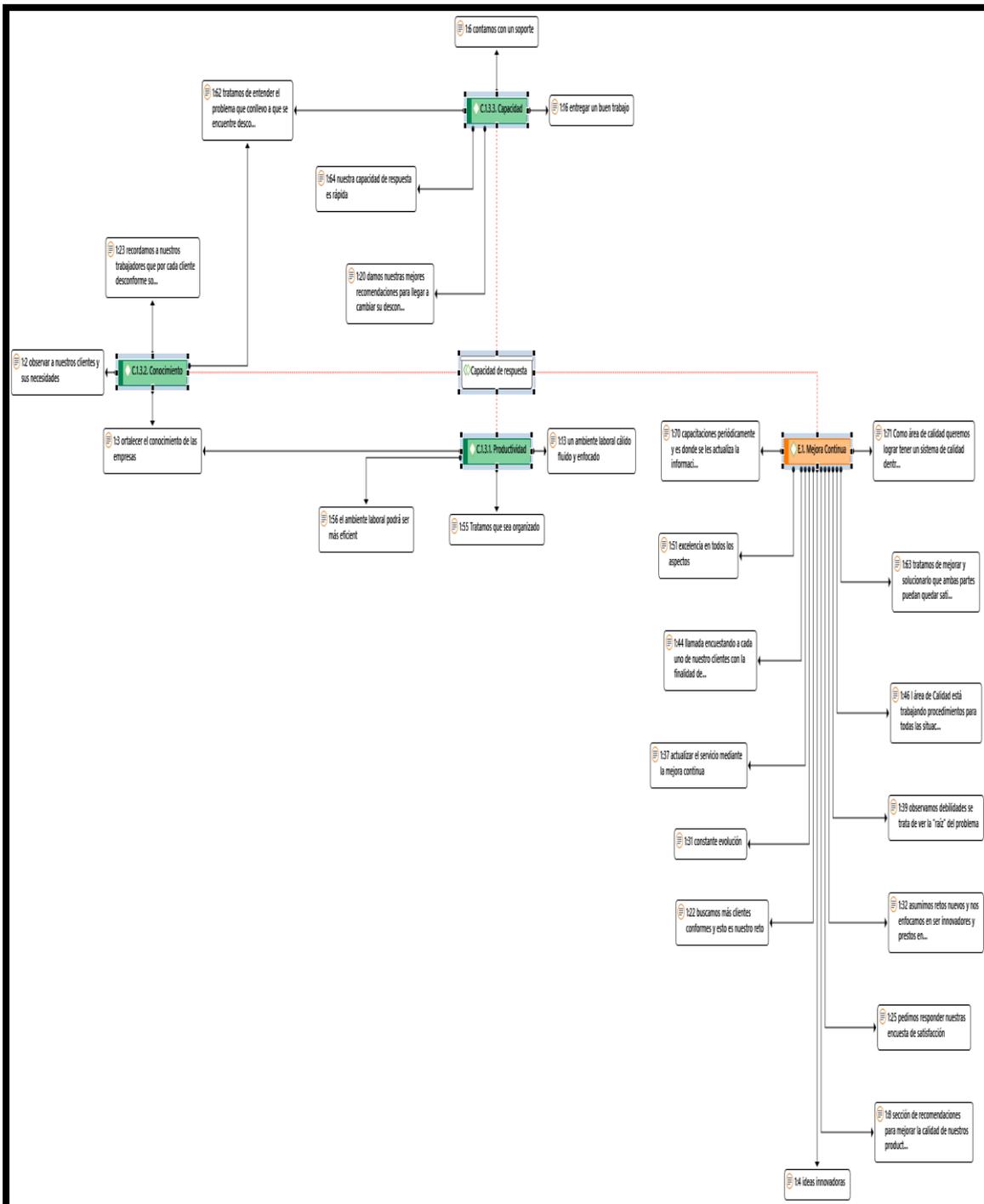


Figura 8. Análisis cualitativo de la sub categoría capacidad respuesta.

Desde la perspectiva de conocimiento, si bien es cierto nuestro personal es capaz de realizar el trabajo; tenemos que aceptar como organización una debilidad que es la falta de procedimientos en la organización y falta de capacitación, sin embargo, nuestro personal se encuentra capacitado para las diversas situaciones. Conocemos a nuestros clientes, sabemos y percibimos sus necesidades, punto clave para lograr satisfacción en los clientes. Así mismo, en cuanto a la productividad, nuestra organización brinda procesos efectivos, organizados que buscan ser los más eficiente posible en toda la cadena de valor. Para finalizar contamos con el indicador emergente de mejora continua, este indicador se expande dentro de todos los procesos, donde se buscan lograr y llegar a todas las fases de los procesos y así mejorar en todos los aspectos, desde la atención inicial hasta el post servicio.

La seguridad se respalda en indicadores como son el comportamiento, la credibilidad y la salubridad, con respecto al comportamiento, nuestro personal tiene una postura comprometida con las labores, eso quiere decir que para las realizaciones de los servicios o proceso tienen como pilares de seguridad, atención y responsabilidad.

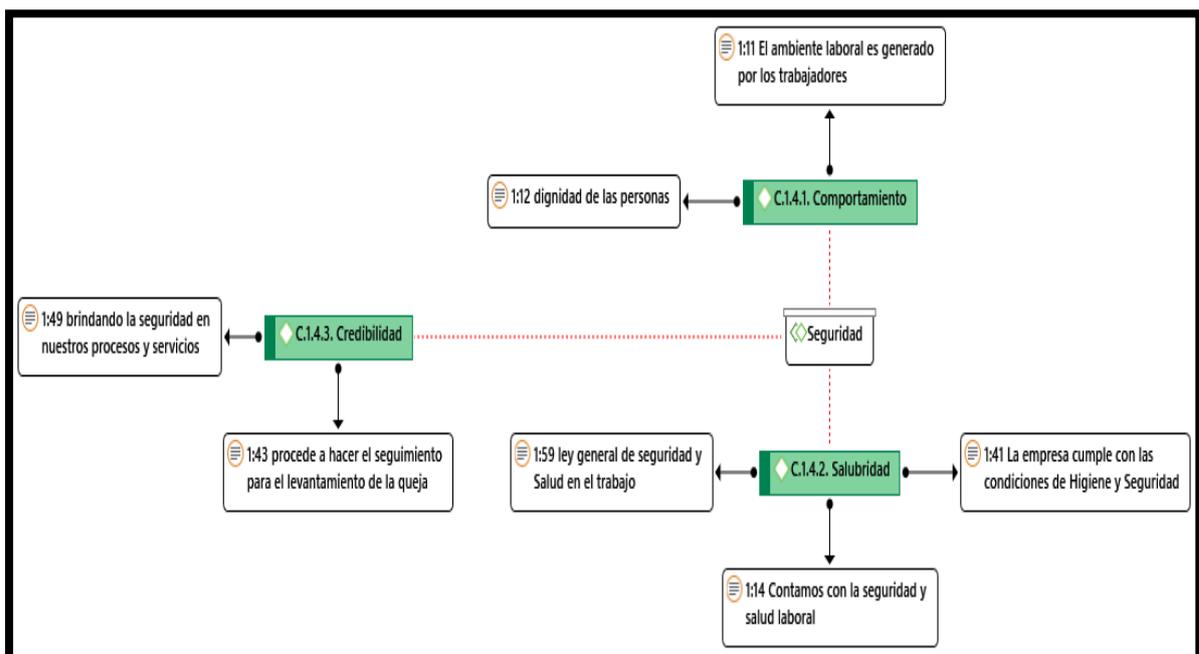


Figura 9. Análisis cualitativo de la sub categoría seguridad.

Desde la perspectiva de credibilidad, nuestros colaboradores tienen estándares en los procesos, resoluciones idóneas para las tareas encomendadas, brindando la confianza necesaria a los clientes. Por ultimo tenemos el indicador de salubridad, en este punto, se

busca informar por parte de la organización hacia los clientes, la forma en que nuestros colaboradores realizan las labores, apoyados en políticas y estándares de seguridad, brindando el mensaje de confianza hacia nuestros clientes.

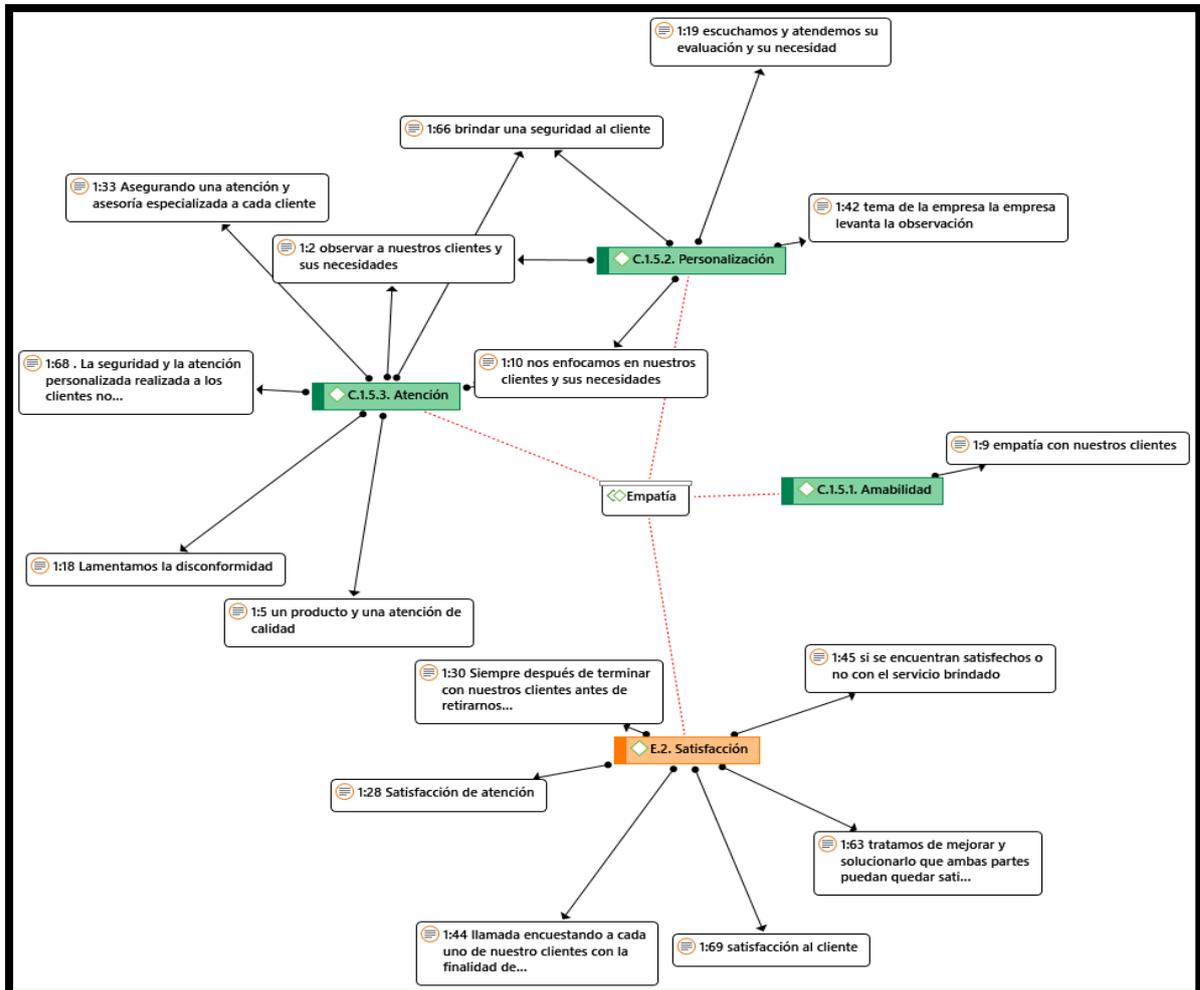


Figura 10. Análisis cualitativo de la sub categoría empatía.

La empatía de respuesta se respalda en indicadores como son la personalización, atención, amabilidad y obteniendo un indicador emergente como la satisfacción. Con respecto a la personalización las empresas buscan llevar una atención personalizada frente a cualquier consulta que hicieran los clientes, es importante individualizar a los clientes. Desde la perspectiva de atención, se maneja políticas de atención buscando asegurar la atención de calidad por la organización, asimismo la amabilidad para los colaboradores busca ser lo más empático posible y llegar a fidelizar a los clientes.

La calidad de servicio referente a la empresa manufacturera del departamento de Lima, se refleja en una serie de dificultades, que se ha realizado desde el punto de vista de organización, como personal, equipos, instalaciones, etc., hasta las perspectivas de nuestros clientes. Durante la triangulación de datos cualitativos y cuantitativos, es importante hacer referencia en cuanto a la subcategoría tangibilidad, que muestra equipos que son utilizados, se manifiesta un importante grupo de 43.3% como regular en la apariencia de equipos, mientras que un 3% se encuentra en desacuerdo, por otro lado, tenemos comentarios positivos con un 30% que se encuentra de acuerdo con la apariencia de los equipos y un 16.7% medianamente de acuerdo. Desde la perspectiva de instalaciones, contamos con opiniones positivas por nuestros clientes con un 3.3% Fuertemente de acuerdo, un 16.7% medianamente de acuerdo y 40% de acuerdo con nuestras instalaciones, también contamos un 33.3% marca como regular y solo un 6.7% de los encuestados opina lo contrario, mostrándose disconforme referente a las instalaciones, esto nos hace pensar que un gran porcentaje tiene buena impresión referente a nuestras instalaciones. Con respecto a los empleados y su apariencia brindada hacia nuestros clientes, contamos con un 23.3% que marca como regular en la imagen y pulcritud de nuestros servicios y un 23.3% como fuertemente de acuerdo, un 33.3% medianamente de acuerdo y un 20% de los encuestados como de acuerdo con la imagen prestada. Es importante la imagen que es brindada por nuestros colaboradores ya que al ser un servicio de producción de medicamentos y servicios productivos la imagen debe de ser limpia en todo momento.

Respecto a la subcategoría fiabilidad hace referencia a la veracidad de los servicios y cuan prometedor es en el cumplimiento, las opiniones fueron; con un 13.3% se mostró en desacuerdo y un 20% por ciento mostro como regular, lo que nos hace pensar que es un punto más a mejorar en, mientras que 46.7 se mostró de acuerdo con la veracidad del servicio, asimismo tenemos un 20% medianamente de acuerdo en los tiempos estipulados por los servicios. Respecto a la resolución de problemas y el interés por parte de la empresa, los clientes tuvieron opiniones diferentes, con un 13.3% medianamente en desacuerdo, un 36.7% en desacuerdo y un 16.7% en regular, lo que nos hace pensar que es una debilidad durante el proceso. Por otro lado, tenemos un 26.7% que se encuentra conforme y un 6.7% medianamente de acuerdo, lo que nos lleva a pensar que debemos mejorar en la calidad del servicio post y durante el proceso. Respecto al servicio ofrecido realizado por la organización fue realizado bien desde la primera vez, tenemos solamente un 3.3% en

desacuerdo y un importante 20% marcando como regular, por otro lado tenemos opiniones positivas; un 26.7% de acuerdo, un 36.7% medianamente de acuerdo y con 13.3% fuertemente de acuerdo, esto evidencia que nuestro servicio ofrecido es tangible por nuestros clientes, y que el servicio tuvo buena impresión desde la primera vez realizado las labores. Respecto a si se cometen errores durante algunas fases del proceso, contamos con unas opiniones divididas, con un 16.7% se mostró en desacuerdo y un importante 33.3% marco como regular, por otro lado comentarios positivos, un 33.3% de acuerdo, un 10% medianamente de acuerdo y un 6.7% fuertemente de acuerdo, lo que nos indica que nuestro trabajo en ese punto, no tenemos fallas propias por nuestro personal y para este tipo de labores se encuentra capacitado. Respecto al cumplimiento del servicio contamos con 13.3% medianamente desacuerdo, un 20% en desacuerdo y un 33.3% marco como regular. Por otro lado, tenemos solo un 10% de acuerdo con el servicio y un 20% medianamente de acuerdo, es importante recalcar que en casos coyunturales se toman más tiempo de lo estipulado puesto que las condiciones de trabajo y los requerimientos de los clientes no son las mismas.

Respecto a la subcategoría capacidad de respuesta, tenemos un 13% en desacuerdo y un 33.3% marco como regular, por otro lado, tenemos un 30% de acuerdo y un 23.3% medianamente de acuerdo, en este punto nuestros colaboradores tienen mapeados el estatus de nuestros servicios ya sea fuera como dentro de la empresa, es importante recalcar que mantenemos comunicación con nuestros clientes, brindándole toda la información necesaria y así asegurar la tranquilidad de ellos. Asimismo, la rapidez de los empleados, tiene un impacto positivo dentro, tan solo un 3.3% de los encuestados se mostró en desacuerdo, un importante 36.7% se mostró en regular y tanto 26% en de acuerdo y un 33.3% medianamente de acuerdo, esto es importante ya brinda otro detalle de que nuestros trabajadores son eficientes en los procesos encomendados, ya sean productivos o en los servicios brindados. Respecto a si disponibilidad de ayuda de nuestros empleados, tenemos un 6.7% en desacuerdo, un 10% regular, por otro lado, tenemos 26.7% de acuerdo, un 43.3% medianamente de acuerdo y un 13.3% fuertemente de acuerdo, esto nos lleva a pensar que se cuenta con colaboradores aptos y disponibles para ayudar en todo momento, así salvaguardando la imagen empresarial. Respecto a si los empleados responden correctamente a las preguntas, en este punto tenemos las opiniones divididas, con un 6.7% en medianamente desacuerdo, un importante 30% de los encuestados se muestra en desacuerdo y un 30% en regular, por otro lado 20% marco como de acuerdo y un 13.3% medianamente

de acuerdo. Esto nos hace pensar que existe una debilidad en los conocimientos, ya sea técnico o empírico pero la falencia se encuentra. Un punto a resaltar es que contamos con el área de calidad y esta es el ente organizacional que capacita a nuestros colaboradores.

Respecto a la subcategoría seguridad, muestra confianza que nuestros servicios tramiten, tenemos un 23.3% medianamente desacuerdo, un 23.3% desacuerdo y un 30% marco como regular, por otro lado, tenemos un 23.3% de acuerdo. Este indicador muestra cómo se tiende bajar la calidad de imagen por la alta rotación del personal, este es un problema ya que la rotación y quizás los cambios de colaboradores a nuestros clientes, tiene un amplio impacto. Asimismo, la seguridad con el servicio no se encuentra afectada a pesar de la confianza, puesto que las opiniones fueron positivas en este punto con un 40% de acuerdo, un 23.3% medianamente de acuerdo y un 20% fuertemente de acuerdo, por otro lado, tenemos un 13.3% regular y solo un 3.3% marco en desacuerdo. A pesar que se encuentran falencias la confianza por parte de nuestros clientes se mantiene, el servicio en sí y los productos nos respaldan. Respecto a la amabilidad de los trabajadores, se tiene un importante 40% de acuerdo, un 26.7% medianamente de acuerdo y un 6.7% fuertemente de acuerdo, por otro lado, un 16.7% regular, un 6.7% fuertemente desacuerdo y un 3.3% fuertemente desacuerdo, es importante recalcar la disponibilidad ayuda de nuestros colaboradores, a pesar de las responsabilidades que ya tienen, siempre están dispuesto a ayudar a nuestros clientes. Respecto a la seguridad de la cancelación del servicio ya sea por efectivo o por tarjeta, la opinión es positiva, solo un 16.7% marcó que como regular esta categoría y un 40% marco como de acuerdo, un 33.3% Medianamente de acuerdo y un 10% fuertemente de acuerdo, esto nos hace pensar en que nuestros clientes se mantienen seguros al momentos de efectuar los pagos de los servicios y no existe incertidumbre o es mínima la incertidumbre que podrían existir problemas en un corto o mediano plazo durante el servicio.

Asimismo, respecto a la subcategoría empatía la atención individualizada muestra un 16.7% en desacuerdo, un 36.7% regular, por otro lado, tenemos un 23.3% de acuerdo, un 20% medianamente de acuerdo y un 3.3% fuertemente de acuerdo. Esto nos indica que, si estamos teniendo esa empatía con nuestros clientes, la atención personalizada o individualizada se encuentra dentro de nuestros servicios. Respecto al horario establecido, contamos con solo opiniones positivas; un 10% de acuerdo, un 56.7% de medianamente de acuerdo y un 33.3% fuertemente de acuerdo, lo que se traduce que el horario laboral

establecido va acorde a las necesidades de nuestros clientes. Asimismo la opinión frente a la preocupación por los intereses del cliente fue de la siguiente manera, un 6.7% se mostró en desacuerdo, mientras que un importante 53.3% opino como regular, mientras que un 26.7% de acuerdo y un 13.3% se mostró medianamente de acuerdo, en este punto nos indica que si bien es cierto existe una cierta amabilidad frente a los clientes y las ganas de ayudar, no siempre es la correcta, puesto que más de la mitad de los encuestados marco regular en la preocupación de los clientes puedan desear. Respecto a si se comprende a las necesidades por parte de nuestros empleados, tenemos un 40% en desacuerdo, un 16.7% medianamente desacuerdo y un 10% fuertemente en desacuerdo, por otro lado, tenemos un 20% que marcó regular y un 6.7% de acuerdo y otro 6.7% medianamente de acuerdo. En este punto se denota una debilidad de gran magnitud, puesto que se tiene un 40% de los encuestados en desacuerdo, y un gran porcentaje en regular, definitivamente una falencia que se debe trabajar, quizás el área de calidad pueda interferir implementado mecanismo que puedan indicar el camino para que los colaboradores mejoren esa parte del proceso. Asimismo, el conocimiento de los empleados, tuvo las siguientes opiniones; 16.7% medianamente desacuerdo, un importante 56.7% desacuerdo y un 26.7% regular, lo que nos indica una falta importante en la capacitación o la desinformación de nuestros trabajadores.

De la misma forma se observa en la figura 12 del diagrama Pareto precisamente la pregunta 22 y 21 como las que mayor puntuación tienen en problemas, además se ha detectado información por parte de los entrevistados que no se cuentan con todos los procedimientos claves para el desarrollo de las actividades más comunes de los procesos. Es decir, se obtuvo información que no contaban con procedimientos de atención de reclamos o manejos de reclamos, por lo que nuestros colaboradores no sabrían como tomar las decisiones o que hacer frente a alguno efectuado, esto nos indicado el pobre conocimiento y podría explicar porque la pregunta N°22 y N°21 pueda que tengan más problemas y dificultades por nuestros colaboradores.

Al analizar la data en el atlas ti, se obtuvo 2 nuevas categorías, llamas emergentes. Como mejora continua y satisfacción, estas 2 categorías emergentes denotan que nuestros colaboradores tienen pilares como la mejora continua o de proceso y la satisfacción a nuestros clientes, sin embargo, la falta de estandarización y procedimientos por parte de la

organización podrían debilitar nuestra mayor e importante fuerza organizacional que son los colaboradores.

De acuerdo a la triangulación la presente investigación se identificó los siguientes diagnósticos basados en los resultados cualitativos y cuantitativos, entre los cuales están: (a) los colaboradores no cuentan con las capacitaciones necesarias para la resolución de problemas; (b) productos defectuosos durante la realización de despachos; (c) falta de un procedimiento de investigación y planes de acción para la resolución de reclamos; (d) no se cuenta con procedimiento para la atención de reclamos en los productos; (e) no se cuenta con procedimiento para la atención de reclamos de servicios; (f) demoras de atención en el proceso de reclamos y quejas hacia la compañía; (g) no se cuenta con indicadores de gestión de calidad respecto a los reclamos; (h) percepción de insatisfacción por parte de nuestros clientes; (i) percepción de incrementos de reclamos por parte de productos defectuosos y servicios; (j) la atención de pedidos no concluye por productos defectuosos; (k) falta de mantenimientos preventivos a las máquinas, lo que produce defectos en los procesos; (l) no se cuenta con manual de operaciones estándar para cada puesto de trabajo.

3.4. Factores de mayor relevancia

Con respecto a las preguntas críticas de la encuesta, se considera la pregunta 22, sobre si los empleados cuentan con los conocimientos necesarios para responder, se determina según el análisis de Pareto un 17.46% de punto crítico en base al 20%; determinándose que todos los colaboradores de la organización no se encuentran en la capacidad de responder todas las consultas de los clientes, en este sentido se evidencia la falta de conocimiento en toda la cadena de proceso y siendo necesario la mejora en la capacitación constante de los colaboradores junto con un programa de capacitación general y específica dentro de respectivos alcances en la organización.

La otra pregunta crítica con 33.33% es la pregunta 21, respecto a si los empleados comprenden las necesidades del cliente, esta pregunta manifiesta otro punto débil en los colaboradores, evidencia que los trabajadores monótonamente cumplen con sus labores y no brindan o es diminuto la atención personalizada que brindan a los clientes, deduciendo que nuestros colaboradores solo trabajan en sus procesos y descuidan la parte empática que se

debe brindar a los clientes. Siendo necesario la sensibilización al personal y hacerles conocer el impacto que tiene este punto para la cadena de valor.

Tabla 07

Pareto de la categoría Calidad de servicio.

Ítems	Puntaje	%	Acumulativo	20.00%
22. ¿Los empleados tienen conocimientos para responder mis preguntas?	22	17.46	17.46%	20
21. ¿Los empleados comprenden mis necesidades?	20	15.87	33.33%	20
6. ¿Cuándo tengo algún problema con el pedido, el servicio muestra interés en resolverlo?	15	11.90	45.24%	20
14. ¿El comportamiento de los empleados transmite confianza?	14	11.11	56.35%	20
9. ¿El servicio concluye la atención en el tiempo prometido o estipulado por su personal?	11	8.73	65.08%	20
13. ¿Los empleados responden correctamente las preguntas que se les hacen?	11	8.73	73.81%	20
8. ¿Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos?	5	3.97	77.78%	20
18. ¿Recibo atención individualizada?	5	3.97	81.75%	20
5. ¿Cuándo el servicio promete hacer algo en cierto tiempo realmente lo hace?	4	3.17	84.92%	20
10. ¿Los empleados comunican cuando concluirá el servicio?	4	3.17	88.10%	20
1. ¿Los equipos que emplea el servicio tienen apariencia moderna?	3	2.38	90.48%	20
16. ¿Los empleados son amables?	3	2.38	92.86%	20
2. ¿Las instalaciones físicas del servicio tienen apariencia moderna?	2	1.59	94.44%	20
12. ¿Los empleados están dispuestos a ayudar?	2	1.59	96.03%	20
20. ¿El servicio se preocupa por mis intereses, y por lo que como cliente pueda desear?	2	1.59	97.62%	20
7. ¿El servicio ofrecido por la empresa manufacturera - LIMA ha realizado bien su atención desde la primera vez?	1	0.79	98.41%	20
11. ¿Los empleados ofrecen un servicio rápido?	1	0.79	99.21%	20
15. ¿Me siento segura con el servicio?	1	0.79	100.00%	20
3. ¿Los empleados del servicio tienen apariencia pulcra?	0	0.00	100.00%	20
4. ¿Los materiales relacionados con el servicio (la carta, publicidad) son Visualmente atractivos?	0	0.00	100.00%	20
17. ¿Se siente seguro al momento de cancelar el servicio ya sea efectivo o con tarjeta?	0	0.00	100.00%	20
19. ¿El horario de la prestación del servicio me resulta cómodo?	0	0.00	100.00%	20

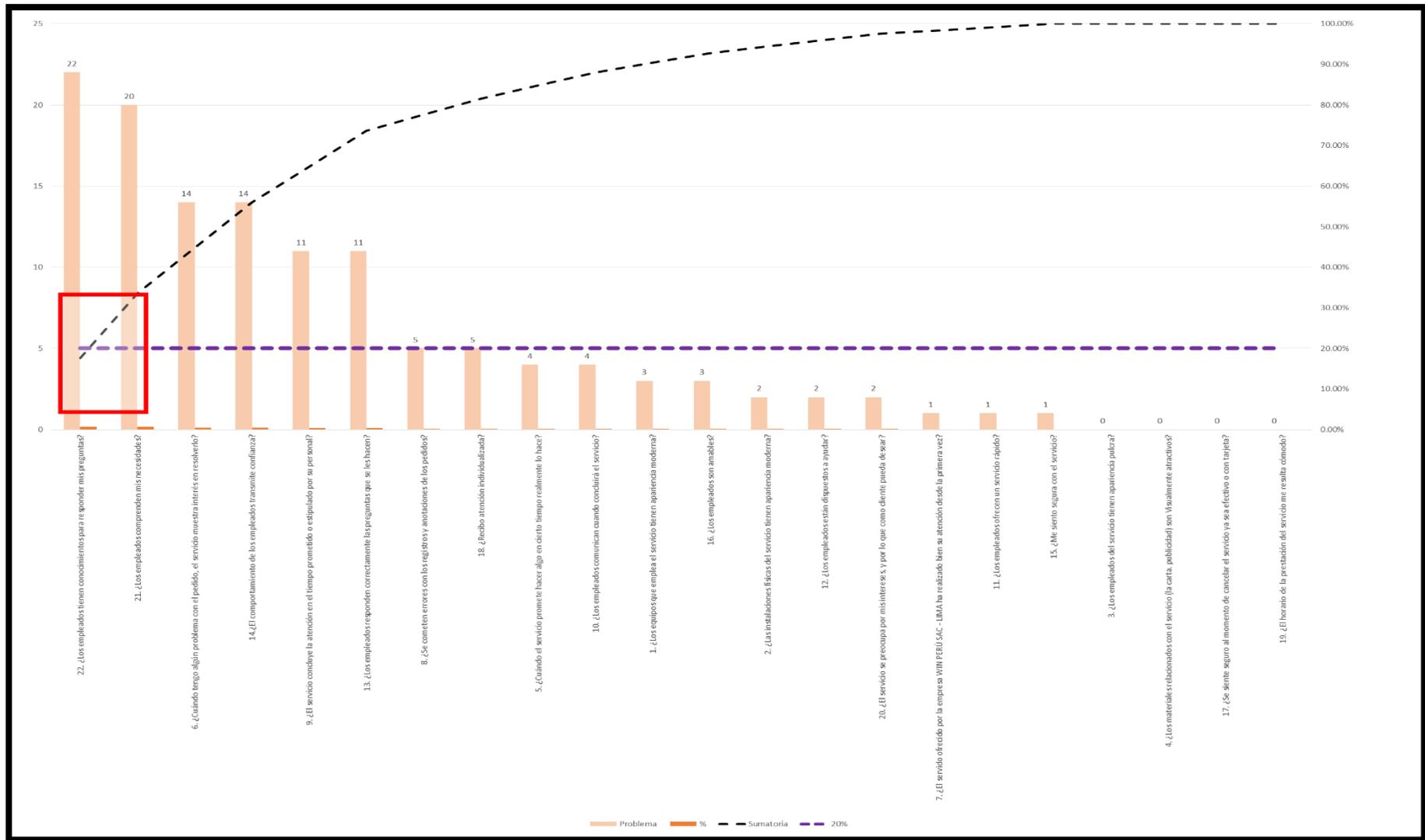


Figura 12. Pareto de la categoría calidad de servicio.

3.5. Propuesta

3.5.1 Priorización del problema

De acuerdo a la consolidación de los diagnósticos, se logró determinar los problemas que presentaron una alternativa o propuesta de solución: (a) ausencia de procedimientos operativos para la gestión de quejas y reclamos; asimismo se detectó (b) ausencia de log de lecciones aprendidas para la gestión de reclamos, finalmente (c) ausencia de indicadores de gestión que proporcionen estatus organizacional on time.

3.5.2 Consolidación del problema

Se denota de los problemas visualizados y evidenciados la falta de procedimientos operativos del área de calidad para la realización de los procesos más relevantes de la compañía; como es la de quejas y reclamos, siendo esta el principal motivo de la actual investigación. Además de se detecta la ausencia de planes para la resolución de problemas o situaciones que día a día se desarrollan en la empresa; que son productos de las quejas y reclamos de los clientes por los servicios realizados o por los productos manufacturados por la empresa manufacturera. Asimismo, no se cuenta con indicadores de gestión que permitan el desarrollo y la toma de decisiones asertivas para la organización además de revisar la data historia de la empresa y poder evaluar la situación en tiempo real de la organización.

3.5.3 Fundamentos de la propuesta

La presente investigación se fundamenta en 3 teorías: (a) teoría 1: teoría de la calidad: En el contexto, se exponen las diferentes teorías mediante el aporte de varios académicos como Deming (1982); Juran (1988) cuyos aportes dan soporte a la base de la investigación en forma de lineamientos para la organización, aportando directrices de calidad para la ejecución de forma efectiva y rápida en la toma de decisiones organizacionales. Días & Acosta (2007) refiere que esta situación permite el desarrollo de la documentación como procedimientos e instructivos e indicadores de calidad que permiten demostrar las fases de los procesos como la planificación, operación y control de los procesos para la mejora continua del sistema de gestión de calidad. Por lo tanto, los aportes de Días y Acosta sostienen que la documentación como procedimientos e indicadores de gestión guardan

relación con la teoría propuesta porque todo se alinea hacia la calidad y la mejora continua dentro de las organizaciones; (b) teoría clásica de la administración: En este sentido se tiene varios académicos como Taylor (2004); Fayol (2007) cuyos aportes dan soporte investigación en base a un enfoque estructural para lograr la eficiencia en sus procesos. Además de enfatizar y enfocarnos en la autonomía de los procesos. Da Silva (2002) refiere que toda organización ya sea religiosa, industrial, política, religiosa o filántropa necesita de la administración para cualquier condición. Por lo tanto el aporte de Da Silva refiere que una correcta gestión en los procesos demuestra que es la forma más efectiva para lograr la excelencia en las organizaciones; y (c) teoría de sistemas: En este contexto, Bertalanffy (1950) señala que la teoría de sistemas interrelaciona la unificación de todos los procesos y esta mejorará aportando las relaciones entre todas las áreas implicadas en los procesos, dentro de ellas el reforzamiento mediante los procedimientos indicando de forma clara los paso a pasos de procesos. Caro & Coba (2004) refiere que con ayuda de la gestión de conocimiento desarrollaran actividades de forma efectiva en la solución de problemas, además de la utilización de los indicadores que proporcionan información empresarial para la toma de decisiones empresariales. Por lo mencionado se sostiene con bases verídicas que los indicadores es la metodología más exacta para controlar los procesos de las organizaciones.

3.5.4 Categoría solución

En la presente investigación se procedió a determinar la categoría solución basada en la priorización, importancia, relevancia de acuerdo a los objetivos, propuestas, menor tiempo y menor costo. La categoría fue la siguiente: la mejora de proceso en la gestión de calidad, que consiste, según Villar (1999) en que la mejora de procesos es un método de mejora continua de la calidad que se basa en la reducción sistemática de la variación de los procesos. Asimismo, la gestión de la calidad, según Nava (2005) indica que es una regla o idea fundamental y amplia, para la dirección y operación de una organización, que atienda al desarrollo de la mejora continua en el largo plazo, mediante el enfoque hacia los clientes. Por lo tanto, la mejora de los procesos en la gestión de calidad será de suma importancia para la organización brindando directrices de calidad enfocados hacia la excelencia.

3.5.5. Direccionalidad de la propuesta

Los objetivos, la estrategia, las tácticas y los KPIs son parte de la matriz de direccionalidad de la propuesta, de acuerdo a la figura 13.

Objetivo	Estrategia	Táctica	KPI
Objetivo 1. Diseñar e implementar los procedimientos operativos del área de calidad (gestión de queja y reclamos)	Estrategia 1. Elaborar el plan de los procedimientos operativos del área de calidad.	Táctica 1. Elaborar el procedimiento master para la elaboración, control, difusión y revisiones los documentos.	KPI 1. Nivel de satisfacción del cliente Leyenda: NCS: Numero de clientes satisfechos NVP: Número de valoraciones positivas TVO: Total de valoraciones obtenidas. 0%-84%: Muy Satisfecho 85%-89%: Aceptable 90%-95%: Satisfecho 96%-100%: Muy satisfecho. $NCS = \frac{NVP}{TVO} \times 100$
		Táctica 2. Elaborar e implementar los procedimientos referentes al área de calidad.	KPI 2. Elaboración de procedimientos. Leyenda: EPOEs: Elaboración de procedimientos PP: Procedimientos publicados TPI: Total de procedimientos indicados $EPOEs = \frac{PP}{TPI} \times 100$
Objetivo 2. Implementar la gestión de conocimiento para reducir las quejas y reclamos.	Estrategia 2. Elaborar el plan de implementación de la gestión de conocimiento para reducir las quejas y reclamos.	Táctica 3. Diseño del proyecto y valoración de la gestión del conocimiento	KPI 3. Porcentaje de cumplimiento de problemas mensuales. TP: Total de problemas mensuales TPM : Total de problemas mensuales TOSM: Total de problemas solucionados mensuales. $TP = \frac{TPM}{TOSM} \times 100$
		Táctica 4. Desarrollo, implementación, evaluación y sustentabilidad de la gestión de la calidad.	KPI 4. Porcentaje de cumplimiento de problemas anual. TP: Total de problemas anuales TPM : Total de problemas mensuales TOSM: Total de problemas solucionados mensuales. $TP = \frac{TPA}{TOSA} \times 100$
Objetivo 3. Implementar indicadores de gestión de calidad utilizando iso 9001	Estrategia 3. Implementar EL PLAN Y DISEÑO (iso 9001) para los indicadores de gestión de Calidad	Táctica 5. Definir e implementar KPIs de calidad.	KPI 5. Nivel de implementación de indicadores de calidad. Leyenda: NIIC: Nivel de implementación de indicadores de calidad. IIC: Indicadores implementados de calidad IPC: Indicadores programados de calidad $NIIC = \frac{IIC}{IPC}$
		Táctica 6. Definir e implementar los KPIs de la empresa.	KPI 6. Nivel de implementación de indicadores generales. Leyenda: NIIG: Nivel de implementación de indicadores de generales. IIG: Indicadores implementados generales IPG: Indicadores programados generales. $NIIG = \frac{IIG}{IPG}$

Figura 13. Matriz de direccionalidad de la propuesta.

3.5.6. Actividades y cronograma

Las actividades, cronogramas, responsables de dichas actividades, además del presupuesto y la evidencia son parte de la matriz de tácticas, actividades y cronogramas de acuerdo a la figura 14.

Táctica	KPI	Actividades	Inicio	Días	Fin	Responsable/s	Presupuesto de la implementación	Evidencia
Táctica 1. Elaborar el procedimiento master para la elaboración, control, difusión y revisiones los documentos.	KPI 1. Nivel de satisfacción del cliente Leyenda: NCS: Número de clientes satisfechos NVP: Número de valoraciones positivas TVO: Total de valoraciones obtenidas. 0%-84%: Muy Satisfecho 85%-89%: Aceptable 90%-95%: Satisfecho 96%-100%: Muy satisfecho. $NCS = \frac{NVP}{TVO} \times 100$	A1. Elaboración de Documento.	4/05/2020	3	7/05/2020	a. Jefatura de Aseguramiento de Calidad b. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad c. Administrador	328.2	Evidencia 1. SOW de implementación de procedimientos operativos del área de Calidad.
		A2. Capacitación a Jefaturas Responsables.	7/05/2020	1	8/05/2020	a. Jefatura de Aseguramiento de Calidad b. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad c. Administrador	147.8	
		A3. Evaluación a Jefaturas.	8/05/2020	1	9/05/2020	a. Jefatura de Aseguramiento de Calidad b. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad c. Administrador	126.8	
Táctica 2. Elaborar e implementar los procedimientos referentes al área de calidad.	KPI 2. Elaboración de procedimientos. Leyenda: EPOEs: Elaboración de procedimientos PP: Procedimientos publicados TPI: Total de procedimientos indicados $EPOEs = \frac{PP}{TPI} \times 100$	A4. Elaboración de procedimientos del área de Calidad.	9/05/2020	10	19/05/2020	a. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad b. Jefatura de Aseguramiento de Calidad c. Administrador	1825.134	Evidencia 1. SOW de implementación de procedimientos operativos del área de Calidad.
		A5. Revisión de Procedimientos por Comité Técnico.	19/05/2020	1	20/05/2020	a. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad b. Jefatura de Aseguramiento de Calidad c. Administrador	1012.996	
		A6. Difusión y Capacitación de Procedimientos de Calidad a las áreas impactadas.	20/05/2020	1	21/05/2020	a. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad b. Jefatura de Aseguramiento de Calidad c. Administrador	214.18	
Táctica 3. Diseño del proyecto y valoración de la gestión del conocimiento	KPI 3. Porcentaje de cumplimiento de problemas mensuales. TP: Total de problemas mensuales TPM : Total de problemas mensuales TOSM: Total de problemas solucionados mensuales. $TP = \frac{TPM}{TOSM} \times 100$	A7. Selección de los miembros de equipos.	21/05/2020	1	22/05/2020	a. Jefatura de Aseguramiento de Calidad b. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad	137.56	Evidencia 2. Project de implementación de la Gestión de Conocimiento
		A8. Selección o creación de la metodología.	22/05/2020	1	23/05/2020	a. Jefatura de Aseguramiento de Calidad b. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad	201.24	
		A9. Desarrollo de la valoración.	23/05/2020	1	24/05/2020	a. Jefatura de Aseguramiento de Calidad b. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad	303.67	
Táctica 4. Desarrollo, implementación, evaluación y sustentabilidad de la gestión de la calidad.	KPI 4. Porcentaje de cumplimiento de problemas anual. TP: Total de problemas anuales TPM : Total de problemas mensuales TOSM: Total de problemas solucionados mensuales. $TP = \frac{TPA}{TOSA} \times 100$	A10. Desarrollo con herramientas de la GC.	24/05/2020	1	25/05/2020	a. Jefatura de Aseguramiento de Calidad b. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad	303.67	Evidencia 2. Project de implementación de la Gestión de Conocimiento
		A11. Implementación de la GC en los procesos de Calidad	25/05/2020	2	27/05/2020	a. Jefatura de Aseguramiento de Calidad b. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad	539.56	
		A12. Evaluación y sustentabilidad de la GC	27/05/2020	1	28/05/2020	a. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad b. Jefatura de Aseguramiento de Calidad	443.78	
Táctica 5. Definir e implementar KPIs de calidad.	KPI 5. Nivel de implementación de indicadores de calidad. Leyenda: NIIC: Nivel de implementación de indicadores de calidad. IIC: Indicadores implementados de calidad IPC: Indicadores programados de calidad $NIIC = \frac{IIC}{IPC}$	A13. Reunión y Definición con Comité Técnico	28/05/2020	1	29/05/2020	a. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad b. Jefatura de Aseguramiento de Calidad	131.39	Evidencia 3. Project de implementación de indicadores en base a ISO 9001:2015
		A14. Actualización en Manual y Política de Calidad	29/05/2020	1	30/05/2020	a. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad b. Jefatura de Aseguramiento de Calidad	60.36	
		A15. Difusión de implementación de KPIs de Calidad	30/05/2020	1	31/05/2020	a. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad b. Jefatura de Aseguramiento de Calidad	13.59	
Táctica 6. Definir e implementar los KPIs de la empresa.	KPI 6. Nivel de implementación de indicadores generales. Leyenda: NIIG: Nivel de implementación de indicadores de generales. IIG: Indicadores implementados generales IPG: Indicadores programados generales. $NIIG = \frac{IIG}{IPG}$	A16. Reunión y Definición con Gerencia y Jefaturas.	31/05/2020	1	1/06/2020	a. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad b. Jefatura de Aseguramiento de Calidad	131.39	Evidencia 3. Project de implementación de indicadores en base a ISO 9001:2015
		A17. Actualización en Políticas de la Empresa.	1/06/2020	1	2/06/2020	a. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad b. Jefatura de Aseguramiento de Calidad	60.36	
		A18. Difusión de implementación de KPIs	2/06/2020	1	3/06/2020	a. Coordinador de Aseguramiento de la Calidad b. Jefatura de Aseguramiento de Calidad	13.59	

Figura 14. Matriz de tácticas, actividades y cronograma.

IV. DISCUSIÓN, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Discusión

La empresa manufacturera es una empresa que se dedica a la venta y maquila de productos farmacéuticos, cosméticos, alimenticios, entre otros. Se detectó una percepción de disminución en la satisfacción del cliente, esto, se ve reflejado en el incremento de los registros de quejas y reclamos realizados por nuestros clientes.

Esto es una repercusión de algunos procesos deficientes como; los de atención al cliente, deficiencias en producción, resolución de quejas y reclamos, etc. Por lo mencionado la base de la investigación recae sobre la calidad de servicio de la empresa.

Por ello, se establecieron objetivos como de analizar el problema del proceso de calidad de servicio, además de realizar una propuesta de mejora del proceso ya mencionado. Estos fueron identificados por medio de una investigación mixta donde el análisis cuantitativo y cualitativo permitieron identificar, elaborar, diseñar e implementar los procedimientos operativos del área de calidad, la inclusión de un procedimiento master que permite a través de él las réplicas de estructura para los demás procedimientos de todos los procesos de calidad, además de la implementación de la gestión de conocimientos para los procesos que se adecuen a ellos, donde se incluyeron procedimientos, metodologías, KPIs de desarrollo de la gestión del conocimiento a dichos procesos y por último se incluyó la implementación de KPIs en base a la normativa internacional ISO 9001:2015.

Para mejorar el proceso de calidad de servicio de los clientes de la empresa manufacturera se determinó diseñar e implementar procedimientos operativos para el área de calidad, de esta forma se conocerá los lineamientos exactos para la realización de los procedimientos. Coincidiendo con la propuesta realizada por Liza & Siancas (2016). Quien realizó una implementación de procedimientos operativos para su empresa en investigación, logrando mejorar la calidad de servicio simplificando y estandarizando los procesos.

Por otro lado, Chinchayán (2017) se coincidió en la investigación de implementar la gestión de conocimientos para las diferentes áreas de la empresa manufacturera, de esta

forma se desarrolló la gestión de conocimientos hasta la evaluación de la sustentabilidad para la mejora de la calidad de servicio, los KPIs, los procedimientos, las capacitaciones y las difusiones para el personal clave y para los operarios. En la investigación de la empresa manufacturera se propuso implementar la gestión del conocimiento a fin de dar los mismos resultados que Chinchayán.

La investigación también coincidió con Mayhuay (2017) quien realizó la misma solución, implementando indicadores de la norma internacional ISO 9001:2015 para las diferentes áreas; tanto para las áreas de calidad y las demás áreas de la empresa. Además de un comité que permite la modificación y actualización de dichos indicadores que se ajustan a la situación y muestran información en tiempo real.

Asimismo, en la investigación realizada por Nahuirima (2015) pudo afirmar que existe relación entre las variables calidad de servicio y satisfacción al cliente, esto se logró ya que las herramientas usadas tanto encuestas como cuestionarios que se realizaron a la muestra y dio como un resultado favorable por la implementación de procedimientos estandarizados en las empresas del distrito de Andahuaylas, coincidiendo con la investigación realizada.

Por otro lado, Crisolo & Lazo (2018) logro demostrar en su investigación que la cultura organizacional es muy relevante dentro de la empresa, esto se logró demostrar a través de una propuesta de implementación de la gestión de conocimiento. La investigación coincidió con la implementación, que impactará en las todas áreas respecto a la calidad en cuento procesos, el personal clave seria la pieza de mayor importancia ya que frente a los clientes ellos son la cara de la empresa.

La investigación tiene relación con los resultados de López (2018) quien logro demostrar que la calidad de servicio tiene relación con la satisfacción del cliente, esto se logró evidenciar ya que se mejoró la calidad de servicio de las empresas en Guayaquil; tanto por la capacitación del personal clave como la mejora en la infraestructura de empresa.

Asimismo, Maggi (2018) en su investigación realizada se coincidió que para llegar a la excelencia en la atención al cliente se necesitan mejoras en los procesos de gestión de calidad dentro de la organización. Logro demostrar que cuando los procesos se encuentran

bien estructurados, facilitan al colaborador a realizar un trabajo eficaz y esto repercute directamente en la satisfacción de los usuarios de las empresas de la ciudad de Ecuador.

Por otro lado, en la investigación de Boza & Solano (2016) coincidimos con la investigación realizada, se pudo demostrar que a través de los indicadores se puede lograr que los colaboradores muestren una respuesta rápida y que tenga represión cuando se realiza el servicio de atención en la organización. Dichos indicadores se encuentran aprobados y validados bajo especificaciones internacionales que son de calidad de primer mundo.

Asimismo, en la investigación realizada por Alava & Bastidas (2016) coincidimos con la investigación realizada. Donde se propuso analizar la calidad de servicio en las empresas de Puerto Ayora, concluyéndose que se deben de crear manuales de procedimientos que permitan a los agentes mejorar y efectuar sus servicios de forma estándar al turista. Esto impactaría en la calidad de atención que se brindaría, ya que no existiría discriminación al turista y la gestión, ejecución y eficacia de los procesos serían de forma estándar.

Por otro lado, en la investigación de Morán (2016), coincide con nuestra investigación, se utilizó un análisis servqual para medir la calidad de servicio transportes de Esmeralda, esta investigación concluyó que los usuarios se encuentran insatisfechos porque los colaboradores efectuaban mal sus labores de atención o cuando se le consultaba no sabían responder adecuadamente. Se propuso al igual que nuestra investigación capacitar al personal en los procesos de calidad, que hacen referencia a la atención al cliente, esto impactaría en la calidad de servicio satisfaciendo las necesidades más importantes de los usuarios.

Finalmente, las implementaciones realizadas aportan importantes mejoras dentro de las organizaciones, la inclusión de procedimientos, gestiones por procesos e indicadores incrementan la productividad de los trabajadores. Asimismo, incrementan velocidad de respuesta ofreciendo herramientas de gestión por procesos, que permiten optimizar los procesos relacionados a calidad de servicio, atención a clientes, quejas y reclamos, etc.

4.2 Conclusiones

Primera: Se propone mejorar la calidad servicio a través de un diseño e implementación de procedimientos operativos para el área de calidad y a las áreas que tengan mayor impacto en todas las gestiones, con el fin de estandarizar dichos procesos. Asimismo, se propuso implementar la gestión del conocimiento para los procesos específicos de las áreas agilizando la resolución de tareas. Finalmente se propone diseñar modelos de indicadores de gestión para la mejora continua de la empresa.

Segunda: Se diagnosticó la problemática de los procesos de calidad de servicio comprobándose que se encuentra deficiente dichos procesos, asimismo se detectó problemas por parte del personal para la ejecución de las tareas ya que no se encontraban claras dichas funciones, además se detectó que no se encuentran debidamente capacitados para la resolución de las tareas que se desarrollan constantemente en la empresa.

Tercera: Se determinó los factores de mayor impacto dentro del análisis a través del diagrama Pareto, detectándose que el personal carece de conocimientos por falta de capacitación en la realización de sus actividades, asimismo la falta de conocimiento para comunicarse con los clientes de la empresa manufacturera, al realizar sus servicios.

4.3 Recomendaciones

Primera: Se sugiere que se diseñe e implemente dicha propuesta para la mejora de los procesos en la calidad de servicio de la empresa manufacturera, esto incluye la ejecución de los procedimientos operativos estándar al área de calidad y a las áreas impactadas. Asimismo, la implementación de la gestión de conocimiento para brindar herramientas adicionales a los colaboradores y por último los indicadores de gestión que proporcionarán información en tiempo real para las futuras tomas de decisiones.

Segunda: Se recomienda dar el seguimiento oportuno a los colaboradores de la empresa manufacturera, ya que ellos son la primera línea frente a los clientes, en cuanto al proceso de atención. La inclusión de capacitaciones proporcionará una herramienta de mejora en todos los procesos y se podrá realizar un cronograma de re-evaluación periódicas para medir la eficacia.

Tercera: Se sugiere detallar y difundir a través de una capacitación general a todo el personal sobre los objetivos empresariales y de índole de calidad. De esta forma involucraría al personal sobre los lineamientos de la empresa además de compartir con los trabajadores la importancia de tener clientes satisfechos después de cualquier servicio prestado por la empresa.

REFERENCIAS

- Abad, F. (1997). *Investigación evaluativa en Documentación. Aplicación a la Documentación Médica*. Valencia: Universidad de València. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=GlgXwKRXIWYC&printsec=frontcover&dq=Investigaci%C3%B3n+evaluativa+en+Documentaci%C3%B3n.+Aplicaci%C3%B3n+a+la+Documentaci%C3%B3n+M%C3%A9dica&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjE14bs3OHrAhVHlVkKHY5SBYgQ6AEwAHoECAQQA#v=onepage&q=In>
- Aranaz, J. (2014). *La seguridad en la práctica clínica, una dimensión de la calidad asistencial*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos,. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=HB25BgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=La+seguridad+en+la+pr%C3%A1ctica+cl%C3%ADnica,+una+dimensi%C3%B3n+de+la+calidad+asistencial&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjFypSv--HrAhViw1kKHQ6AD-0Q6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=La%20seguridad%20en+la+pr%C3%A1ctica+cl%C3%ADnica>
- Arciniegas, J., & Mejías, A. (2017). Percepción de la calidad de los servicios prestados por la Universidad César Vallejo con base en la escala servqualing, con análisis factorial y análisis de regresión múltiple. *COMUNI@CCION*, 8(1), 26-36. Obtenido de <http://unaj.edu.pe/revista/index.php/vpin/article/view/54/28>
- Arenas, J., González, M., Cueva, Y., Rivas, K., & Vega, P. (2017). Análisis Del Comportamiento Innovador En Empresas Peruanas De Manufactura. *Revista gestion de la innovacion para la competitividad*, 226. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=0EDZDwAAQBAJ&dq=AN%C3%81LISIS+DEL+COMPORTAMIENTO+INNOVADOR+EN+EMPRESAS+PERUANAS+DE+MANUFACTURA&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Arrarte, R., Longhi, L., & Michue, E. (2017). Analisis De Productividad Y Competitividad En La Industria Textil. *Revista QUIPUCAMAYOC*, 113-121. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=5HkRWZINWeYC&dq=ANALISIS+DE+PRODUCTIVIDAD+Y+COMPETITIVIDAD+EN+LA+INDUSTRIA+TEXTIL&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Bernal Torres, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson Educación. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=h4X_eFai59oC&printsec=frontcover&dq=Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n:+para+administraci%C3%B3n,+econom%C3%A9ica,+humanidades+y+ciencias+sociales&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjUiuCo_OHrAhUGw1kKHW0JAzQQ6AEwAHoECAQQA#v=onepage&q=Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n:+para+administraci%C3%B3n,+econom%C3%A9ica,+humanidades+y+ciencias+sociales&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjUiuCo_OHrAhUGw1kKHW0JAzQQ6AEwAHoECAQQA#v=onepage&q=Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n:+para+administraci%C3%B3n,+econom%C3%A9ica,+humanidades+y+ciencias+sociales
- Carrasco Fernández, S. (2013). *Procesos de gestión de calidad en hostelería y turismo*. Madrid: Ediciones Paraninfo,. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=Hb25BgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Procesos+de+gesti%C3%B3n+de+calidad+en+hosteler%C3%ADa+y+turismo&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjFypSv--HrAhViw1kKHQ6AD-0Q6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=Procesos+de+gesti%C3%B3n+de+calidad+en+hosteler%C3%ADa+y+turismo>

- https://books.google.com.pe/books?id=vaFQAQAAQBAJ&dq=Procesos+de+gesti%C3%B3n+de+calidad+en+hosteler%C3%ADa+y+turismo&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Carrete, L., López García, S., Trujillo, A., & Vera, J. (2011). *Servir con calidad en México*. Mexico: LID Editorial Mexicana. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=zPkHTf2u8VAC&printsec=frontcover&dq=Servir+con+calidad+en+M%C3%A9xico&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwj6K71_OHrAhXi01kKHQ4aD6wQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage&q=Servir%20con%20calidad%20en%20M%C3%A9xico&f=false
- Chiavenato, I. (2004). *Introducción a la teoría general de la administración*. (Cuarta ed.). México: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://esmirnaweb.files.wordpress.com/2017/07/i-admon-chiavenato.pdf>
- Chiavenato, I. (2007). *Introducción a la teoría general de la administración*. México: Mc graw Hill. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=M1EdAQAACAAJ&dq=Introducci%C3%B3n+a+l+a+teoría+general+de+la+administraci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiDv_Sr_eHrAhWFjVkkHR2gBawQ6AEwAHoECAEQAg
- Crespo, A., & Parra, C. (2012). *Ingeniería de Mantenimiento y Fiabilidad aplicada a la Gestión de Activos* (Primera ed.). Sevilla: INGECON. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=8xsnQ1aMg2gC&printsec=frontcover&dq=Ingenier%C3%ADa+de+Mantenimiento+y+Fiabilidad+aplicada+a+la+Gesti%C3%B3n+de+Activos&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjP5o-D_uHrAhWRxVkkHVvRBx4Q6AEwAHoECAAQAg#v=onepage&q=Ingenier%C3%ADa%20de%20
- Deming, E. (1982). *Out of the crisis*. Estados Unidos: The MIT Press. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=LA15eDIOPgoC&dq=Out+of+the+crisi&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiBrtfB_uHrAhXi1FkKHWPqBYEQ6AEwAHoECAEQAg
- Ferreira da Silva, R. (2006). *Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud*. Barcelona: Univ. Autónoma de Barcelona. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=zU3joAEACAAJ&dq=Introducci%C3%B3n+a+las+t%C3%A9cnicas+cualitativas+de+investigaci%C3%B3n+aplicadas+en+salud&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiNxLHP_uHrAhWExFkKHepmDbYQ6AEwAHoECAAQAg
- García Roig, M. (2019). *El arte de la empatía: Aprende del poder de tu sensibilidad* (Primera ed.). Nueva York: Editorial AMAT. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=0rm9DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=El+arte+de+la+empat%C3%ADa:+Aprende+del+poder+de+tu+sensibilidad&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjg0YtZ_uHrAhUDjlkKHas3B0gQ6AEwAHoECAyQAg#v=onepage&q=El%20arte%20de%20la%20empat%C3%ADa%3A%20Ap

- Gómez Borja, M., Berenguer Contrí, G., & Quintanilla Pardo, I. (2014). *Comportamiento del consumidor* (Primera ed.). Barcelona: Editorial UOC. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=hwDAwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Comportamiento+del+consumidor&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwirpcCGzuHrAhVNpFkKHXXnBIsQ6AEwAHoECAAQAQ#v=onepage&q=Comportamiento%20del%20consumidor&f=false>
- Griful Ponsati, E. (2009). *Fiabilidad industrial* (Primera ed.). Catalunya: Ediciones UPC. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=x_WpnOkRyogC&printsec=frontcover&dq=Fiabilidad+industrial&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjCv__4_uHrAhVNuVkkHZPzCdUQ6AEwAHoECAAQAQ#v=onepage&q=Fiabilidad%20industrial&f=false
- Hernández Blázquez, B. (2001). *Técnicas estadísticas de investigación social*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=vpfVgmaR5qUC&printsec=frontcover&dq=T%C3%A9nicas+estad%C3%ADsticas+de+investigaci%C3%B3n+social&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiCgYqL_-HrAhXOslkKHVWXDzEQ6AEwAHoECAyQAQ#v=onepage&q=T%C3%A9nicas%20estad%C3%ADsticas%20de%20inves
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. (2018). *Metodología De La Investigación: Las Rutas Cuantitativa, Cualitativa Y Mixta*. Santa Fe: McGRAW-hill interamericana editores. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=5A2QDwAAQBAJ&dq=Metodologia+De+La+Investigaci%C3%B3n:+Las+Rutas+Cuantitativa,+Cualitativa+Y+Mixta&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiahMmy_-HrAhVCuVkkHSHRDOMQ6AEwAHoECAAQAQ
- Hurtado, J. (2004). *Cómo formular objetivos de investigación* (Primera ed.). Colombia: Cooperativa Editorial Magisterio. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=K5F6MwEACAAJ&dq=C%C3%B3mo+formular+objetivos+de+investigaci%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjx7JHD_-HrAhWizlkKHYh6BrUQ6AEwAHoECAAQAQ
- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (1981). *Seminario Sobre Operacion de Encuestas y Manejo del Marco de Areas para Agricultura*. San José: IICA Biblioteca Venezuela.
- Izquierdo Redín, M. (2008). *Biomecnica y Bases Neuromusculares de la Actividad Fsica y el Deporte* (Tercera ed.). Buenos aires: Ed. Médica Panamericana. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=F4I9092Up4wC&printsec=frontcover&dq=Biomecnica+y+Bases+Neuromusculares+de+la+Actividad+F%C3%ADsica+y+el+Deporte&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiBkbnR_-

- HrAhUvp1kKHTnfCN4Q6wEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=Biomecanica%20y%20Bases%20Neur
- Juran, J. (1988). *Juran y la Planificación para la calidad*. Estados Unidos. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=4JAd6PBWfG0C&printsec=frontcover&dq=Juran+y+la+Planificacion+para+la+calidad&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwimlZKJgOLrAhUhrIkHEx9CFkQ6AEwAHoECAUQA#v=onepage&q=Juran%20y%20la%20Planificacion%20para%20la%20calidad&f=false>
- Larrea, P. (1991). *Calidad de servicio del marketing a la estrategia*. Madrid: Editorial Díaz de Santos S.A. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=hJVcH5nSp0C&printsec=frontcover&dq=Calidad+de+servicio+del+marketing+a+la+estrategia.&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiAsuCsGOLrAhUvrFkKHWCvCjEQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=Calidad%20de%20servicio%20del%20marketing%20a%20la%20est>t
- Llaguno Musons, J., & Maqueda Lafuente, J. (1995). *Marketing estratégico para empresas de servicios* (Segunda ed.). Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=w_ULBtVKf64C&printsec=frontcover&dq=Marketing+estrat%C3%A9gico+para+empresas+de+servicios&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwin0_HFgOLrAhUwqlkKHx6ID-kQ6AEwAHoECAMQA#v=onepage&q=Marketing%20estrat%C3%A9gico%20para%20empresas%20de%2
- Loli, A., Del Carpio, J., Vergara, A., Cuba, E., Morales, S., Flores, M., & Lamas, L. (2013). La satisfacción y la calidad de servicio en organizaciones públicas y privadas de Lima Metropolitana. *Investigación en Psicología*, 16(1), 171-190. Obtenido de <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/psico/article/view/3926>
- López, J. (2005). *Planificar la formación con calidad*. MADRID: CISSPRAXIS S.A. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=DYn6IgLhoToC&dq=Planificar+la+formaci%C3%B3n+con+calidad&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- López, M. (2000). *Zonas filosóficas: un libro de fragmentos*. (Primera ed.). Buenos Aires: Editorial Biblos. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=dAxKy14RxdEC&printsec=frontcover&dq=Zonas+filos%C3%B3ficas:+un+libro+de+fragmentos.&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiO2fyLgeLrAhVJvIkKHAYXD-IQ6AEwAHoECAQQA#v=onepage&q=Zonas%20filos%C3%B3ficas%3A%20un%20libro%20de%20fragmentos>.
- López, L., & Delgado Sotillos, I. (2012). *Comportamiento político y sociología electoral* (Primera ed.). Madrid: Editorial UNED. Obtenido de

- https://books.google.com.pe/books?id=LzFsV4WXoAYC&dq=Comportamiento+pol%C3%ADtico+y+sociolog%C3%ADa+electoral&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Macedo, P. (2018). *Relación Entre La Motivación Personal Y La Productividad En La Empresa Comercial*. Bionova S.A.C. (22). Obtenido de https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3588/TSP_AE-L_012.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Medina, M. (2000). *Evaluación de la calidad asistencial del servicio de ayuda a domicilio*. (Primera ed.). Murcia: EDITUM. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=fHhEB3CJlpsC&printsec=frontcover&dq=Evaluaci%C3%B3n+de+la+calidad+asistencial+del+servicio+de+ayuda+a+domicilio.&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwio3NbbgeLrAhXMmVvKkHSe5CyEQ6wEwAHoECAEQAAQ#v=onepage&q=Evaluaci%C3%B3n%20de%20la%20ca>
- Ñaupas, H., Valdivia Dueñas, M., Palacios Vilela, J., & Romero Delgado, H. (2019). *Metodología de la Investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (Cuarta ed.). Bogotá: Ediciones de la U. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=VzOjDwAAQBAJ&dq=Metodolog%C3%ADa+de+la+Investigaci%C3%B3n+cuantitativa-cualitativa+y+redacci%C3%B3n+de+la+tesis&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Ojeda, A. (2016). *Estudio en el ámbito de calidad de servicio y evaluación de satisfacción de usuarios del Instituto de Seguridad Laboral 2016*. Santiago: Estudios Públicos de GfK Adimark Chile S.A. Obtenido de <https://www2.isl.gob.cl/wp-content/uploads/2017/05/Informe-Final-Satisfacci%C3%B3n-ISL-2016.pdf>
- Organización Mundial de la Salud. (1970). *Respuesta de la salud pública a las armas biológicas y químicas*. Ginebra.
- Packer, M. (2018). *La ciencia de la investigación cualitativa*. Bogotá: Ediciones Uniandes-Universidad de los Andes. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=1kiyDwAAQBAJ&dq=La+ciencia+de+la+investigaci%C3%B3n+cualitativa&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Pérez, J. (2010). *Gestión por procesos* (Cuarta ed., Vol. IV). Madrid: ESIC Editorial. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=iGrY7tW178IC&dq=Gesti%C3%B3n+por+procesos&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Pérez, J. (2001). *HOSTELERÍA Técnicas y Calidad de Servicio* (Primera ed.). Madrid: Ediciones Hotel. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=qfBKUE-fjXoC&dq=HOSTELER%C3%8DA+T%C3%A9cnicas+y+Calidad+de+Servicio&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Podestá, L., & Kuljich, M. (2018). Calidad percibida del servicio y cultura de seguridad en salud en el personal médico del Hospital II EsSalud Vitarte. Lima, 2017. *Horizonte Médico (Lima)*,

- 18(3), 48-56. Obtenido de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-558X2018000300008
- Prabhakar M. , G., & Bertrand L., H. (1989). *Control de calidad: teoría y aplicaciones*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=eGdLTd3UiN8C&printsec=frontcover&dq=Control+de+calidad:+teor%C3%ADa+y+aplicaciones&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUKEwjYn7g-LrAhWK2FkKHYdCA6YQ6wEwAHoECAMQAQ#v=onepage&q=Control%20de%20calidad%3A%20teor%C3%ADa%20y%20aplicacion>
- Ramos, B. (2004). *Avances en criptología y seguridad de la información* (Segunda ed.). Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=ibSu6896L_YC&dq=Avances+en+criptolog%C3%ADa+y+seguridad+de+la+informaci%C3%B3n&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Roche, R. (2004). *Inteligencia prosocial: educación de las emociones y valores*. Barcelona: Servei de Publicacions de la Universitat Autònoma de Barcelona,. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=BV7pNrrVAEEC&printsec=frontcover&dq=Inteligencia+prosocial:+educaci%C3%B3n+de+las+emociones+y+valores&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjOqrywOLrAhUKqlkKHeM5Cs4Q6wEwAHoECAQQAQ#v=onepage&q=Inteligencia%20prosocial%3A%20educaci%C3%ADa>
- Rodríguez del Castillo, C. (2016). *Manual. Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio*. Madrid: EDITORIAL CEP. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=38U-DwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Manual.+Calidad+y+servicios+de+proximidad+en+el+peque%C3%B1o+comercio&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiwzJzfhOLrAhUOpFkKHbhHBVcQ6wEwAHoECAQQAQ#v=onepage&q=Manual.%20Calidad%20y%20servicios%20d>
- Rosander, A. (1994). *Los catorce puntos de Deming aplicados a los servicios*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos S.A. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=sBoWshpcZQAC&printsec=frontcover&dq=Los+catorce+puntos+de+Deming+aplicados+a+los+servicios.&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiP6dHshOLrAhWrtlkKHfPCae0Q6wEwAHoECAAQAQ#v=onepage&q=Los%20catorce%20puntos%20de%20Deming%20aplicados%20>
- Rubio, G. (2014). La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)*. *Cuadernos de Administración*, 30(52), 54-64. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/cuadm/v30n52/v30n52a06.pdf>

- Salazar, W., & Cabrera, M. (2016). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador. *Industrial Data*, 19(2), 13-20. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/816/81649428003.pdf>
- Séto, D. (2004). *De la calidad de servicio a la fidelidad del cliente*. (Primera ed.). Madrid: ESIC EDITORIAL. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=9Nk8sWMj0BcC&dq=De+la+calidad+de+servicio+a+la+fidelidad+del+cliente.&hl=es&source=gbs_navlinks_s
- Tamayo, M. (2006). *Diccionario de la investigación científica* (Segunda ed.). Colombia: Lumisa. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=hcGySsqyv4wC&printsec=frontcover&dq=Diccionario+de+la+investigaci%C3%B3n+cient%C3%ADfica&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjsqq7LheLrAhXM1VkJHXk3A9EQ6AEwAHoECAEQAg#v=onepage&q=Diccionario%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%20cient%C3%ADfica>
- Universidad de Zulia. (2007). *Revista venezolana de gerencia*. Texas: La Universidad.
- Varo, J. (1994). *Gestión estratégica de la calidad en los servicios sanitarios: un modelo de gestión hospitalaria*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=gtvXJ_yogIYC&printsec=frontcover&dq=Gesti%C3%B3n+estrat%C3%A9gica+de+la+calidad+en+los+servicios+sanitarios:+un+modelo+de+gesti%C3%B3n+hospitalaria&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwimqpTgheLrAhXLtlkKHXRgDkQQ6AEwAHoECAIQAg#v=onepage
- World Food Programme. (2003). *Análisis y cartografía de la vulnerabilidad a la inseguridad alimentaria y nutricional en Honduras*. Texas: Naciones Unidas.
- World Food Programme. (2003). *Análisis y cartografía de la vulnerabilidad a la inseguridad alimentaria y nutricional en Honduras*. Texas: Naciones Unidas. Obtenido de https://books.google.com.pe/books/about/An%C3%A1lisis_y_cartograf%C3%ADa_de_la_vulnerabi.html?id=mWZFAAAAYAAJ&redir_esc=y

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de la investigación

Título: Procesos de gestión para mejorar la calidad de servicio en una empresa manufacturera, Lima 2020

Problema general	Objetivo general	Categoría 1 problema: Gestión de inventarios			
		Sub categorías	Indicadores		
¿De qué manera mejorar la calidad de servicio en la empresa manufacturera, Lima 2020?	Proponer un plan de mejora en la calidad de servicio en una empresa manufacturera, Lima 2020	Tangibilidad	Instalaciones Equipos		
		Capacidad de respuesta	Productividad Capacidad		
		Fiabilidad	Cumplimiento Performance		
		Empatía	Atención Personalización		
		Seguridad	Credibilidad Salubridad		
		Problemas específicos	Objetivos específicos	Categoría 2 solución: Procesos de gestión:	
		¿Cuál fue la situación de la calidad de servicio en la empresa manufacturera, Lima 2020?	Diagnosticar la problemática del proceso de calidad de servicio en una empresa manufacturera, Lima 2020	Categorías emergentes: 1. Mejora continua, 2. satisfacción	
¿Cuáles son los factores de mayor importancia que impactan en la calidad de servicio en la empresa manufacturera, Lima 2020?	Determinar los factores de mayor importancia que impacten en la calidad de servicio en una empresa manufacturera, Lima 2020.				
Tipo, nivel y método	Población, muestra y unidad informante	Técnicas e instrumentos	Procedimiento y análisis de datos		
Sintagma: Holístico Tipo: Proyectiva Nivel: Comprensivo Método: Inductivo y Deductivo	Población: 30 clientes. Muestra: 30 clientes. Unidad informante: 03 colaboradores	Técnicas: Encuesta, entrevista Instrumentos: Cuestionario, guía de entrevista	a) Planteo el problema. b) Recopilación de la información. c) Elaboración plan de tesis. d) Elaboración de los instrumentos de investigación (cuantitativo y cualitativo). e) Aplicación de los instrumentos f) Análisis de respuesta de los instrumentos g) Diagnóstico h) Elaboración de propuesta de solución i) Conclusiones y recomendaciones		

Anexo 2: Evidencias de la propuesta

Evidencia del objetivo 1 – SOW – Implementación de procedimientos

Statement of Work

Statement of Work for (SOW) **Propuesta: Implementación de** **procedimientos operativos del área de** **calidad**

Preparado para:
WIN PERÚ SAC

Número de la orden de compra:
Fecha: 30/05/2020

Preparado por:

Br. Randy Ramírez
Perú 2020 # 0001
Lima, Distrito Chorrillos 34
Perú

Número de documento: PER-PRO-0012
Número de cotización: 1000005
Número de la orden de venta:

Este documento es información confidencial de Randy Ramírez SAC



R&R CONSULTORES

Información de control de documentos

Contactos para consultas y modificaciones propuestas

Si tiene dudas sobre este documento, póngase en contacto con:

Nombre: Randy Ramírez, Responsable de la solución
Designación: RR CONSULTORES SAC, Lima
Teléfono: 0800002000
Correo electrónico: rramirego@gmail.com

Información del documento

Autor principal: Randy Ramírez, Responsable de la solución

Información de control de versión

Fecha	Versión	Descripción	Autor	Revisor
30/05/2020	v01	Alcance	Randy R.	Randy R.

1. Introducción

"Randy Ramírez Servicios"	R&R CONSULTORES SAC
"Dirección de R&R CONSULTORES SAC"	Cra 1 # 132 –Oficina 1401 Villa Maria del Triunfo-Lima, Distrito Capital de Lima Perú
"Cliente"	WIN SAC
"Dirección del cliente"	Chorrillos, Jr. Teniente Carlos Jimenez Chavez 369 Lima, L18 Peru
"SOW"	Declaración de trabajo de Propuesta
"Servicios"	Los servicios según lo descrito en este SOW.
"Fecha de entrada en vigor"	La fecha de la última firma a continuación.
"Período de vigencia"	El Período de vigencia de este SOW comenzará en la Fecha de entrada en vigor y, a menos que se finalice de acuerdo con este SOW o el acuerdo, expira en la fecha en que R&R CONSULTORES SAC complete la prestación de los Servicios conforme a este SOW.
"Entregables"	Todo informe, planilla de horarios, análisis, guion, código u otro resultado de trabajo entregado por R&R CONSULTORES SAC Servicios al Cliente en cumplimiento de las obligaciones contenidas en el SOW. Todos los Entregables proporcionados en virtud de este SOW se escribirán según el formato de documento estándar de R&R CONSULTORES SAC Servicios, a menos que se acuerde lo contrario mutuamente.

Los términos "R&R CONSULTORES SAC Servicios", "Dirección de R&R CONSULTORES SAC Servicios", "Cliente", "Dirección del Cliente", "SOW", "Servicios", "Acuerdo", "Fecha de entrada en vigor", "Período de vigencia" y "Materiales" tienen los significados indicados anteriormente. Los términos con mayúscula inicial no definidos de otro modo en este documento tienen el significado asignado en el Acuerdo. En la medida en que este SOW entre en conflicto con el Acuerdo, los términos y condiciones de este SOW prevalecerán. Los términos prevalecientes se interpretarán tan estrictamente como sea posible para resolver el conflicto, al mismo tiempo que se conserva la mayor parte de los términos que no están en conflicto, incluida la conservación de las disposiciones que no están en conflicto dentro del mismo párrafo, sección o subsección.

Los apéndices adjuntos se incorporan por referencia en la Tabla de contenidos principal.



1. Antecedentes

WIN PERU SAC ha solicitado a R&R CONSULTORES SAC que proporcione los servicios descritos en el presente documento.

Este documento describe el alcance detallado y las tareas de alto nivel, al igual que los recursos de WIN SAC y de R&R CONSULTORES SAC necesarios para completar este trabajo.

2. Alcance del proyecto

Las siguientes secciones describen los servicios de manera más detallada e identifican las responsabilidades mutuas, de R&R CONSULTORES SAC y de WIN SAC necesarias para la prestación de los servicios en el plazo establecido en el presente documento y por los honorarios que aquí se detallan.

2.1 Servicios

Esta implementación incluye los procedimientos operativos del área de calidad:

2.2 Sitio: Lima, Perú

Implementación de procedimientos operativos del área de calidad

Durante esta parte de la implementación, R&R CONSULTORES SAC:

Análisis del estado actual o estado de arte.

Diseñar los procedimientos operativos

Elaborar los procedimientos del área de Calidad, Administración, producción y Almacén.

Capacitar al personal de las áreas de Calidad, Administración, producción y Almacén.

Difundir los procedimientos por áreas

Revisar el cumplimiento de los procedimientos por áreas

2.2.1 Administración de proyectos

Las siguientes actividades se centran en administrar el inicio, la planificación, la ejecución y el cierre del proyecto, incluidas la coordinación de recursos de implementación y la comunicación con las partes involucradas:

- Administra los recursos de R&R CONSULTORES SAC asignados al proyecto.
- Trabaja con el punto de contacto único asignado por el cliente para coordinar las tareas del proyecto y los recursos asignados para completar dichas tareas.
- Actúa como el único punto de contacto para toda la comunicación y las escalaciones del proyecto.
- Determina el proceso y la calendarización de la contratación.
- Desarrolla un plan de proyecto de alto nivel con eventos de paths y milestones.
- Realiza una reunión inicial para analizar el alcance del proyecto, las expectativas, los planes de comunicación y la disponibilidad de los recursos requeridos.
- Realiza reuniones de estado periódicas para analizar el proceso del proyecto, los problemas y los riesgos potenciales. La frecuencia de las reuniones se acordará mutuamente entre el cliente y R&R CONSULTORES SAC.
- Coordina el cierre del proyecto.



2.3 Servicios fuera de alcance

Para evitar dudas, las partes reconocen que las siguientes actividades no están incluidas en el alcance de este SOW.

- I. Cualquier otro servicio, tarea o actividad que no esté específicamente contemplada en este SOW.
- II. El desarrollo de cualquier propiedad intelectual creada única y específicamente para el Cliente en virtud del presente SOW.
- III. Cualquier servicio de soporte para los entregables producidos después de la entrega.

Los términos de este SOW no confieren al Cliente ninguna garantía además de las garantías proporcionadas en virtud de los términos del Acuerdo. El Cliente puede adquirir servicios fuera del alcance por un cargo adicional y, a petición del Cliente, R&R CONSULTORES SAC Servicios proporcionará una propuesta para dichos servicios fuera del alcance de acuerdo con el Proceso de administración de cambios que se describe a continuación.

2.4 Ubicación

Los servicios se prestarán mediante el modelo estándar de implementación de R&R CONSULTORES SAC, que incluye la prestación de los servicios en sitio o remoto. Si WIN SAC requiere un modelo de implementación diferente, los honorarios, los gastos, el alcance del trabajo y los entregables especificados en este documento están sujetos a cambios mediante el Proceso de modificación especificado en este documento. Si WIN PERU SAC no autoriza estos cambios establecidos en virtud del proceso de cambios, R&R CONSULTORES SAC y WIN PERU SAC acuerdan que se aplicará el modelo estándar de implementación de R&R CONSULTORES SAC para los servicios.

En caso de que R&R CONSULTORES SAC preste los servicios (o parte de ellos) en sitio, estos se ejecutarán en las instalaciones de WIN PERU SAC, ubicadas en:

- Jr. Teniente Carlos Jiménez Chávez 369, Cercado de Lima 15056

2.5 Supuestos

Los servicios implementados según el presente documento están sujetos a los siguientes supuestos:

- R&R CONSULTORES SAC no se hará responsable de las demoras provocadas por el cliente ni de los costos incurridos en consecuencia. Cualquier demora ocasionada por un proveedor externo que proporcione servicios o productos al cliente y que genere un impacto en los servicios será considerada responsabilidad del cliente y una demora excusable en la medida que los servicios se vean impedidos o demorados.
- El cliente es responsable del desempeño de sus empleados y agentes, lo que incluye todas las contribuciones realizadas a los servicios (incluidos los entregables), y de la precisión e integridad de todos los datos, la información y los materiales que se proporcionen a R&R CONSULTORES SAC. El desempeño de R&R CONSULTORES SAC depende de las decisiones y aprobaciones oportunas del cliente respecto de los servicios, y R&R CONSULTORES SAC tiene derecho a confiar en todas las decisiones y aprobaciones del cliente.
- Los servicios y los entregables resultantes pueden incluir asesoría y recomendaciones, pero el cliente acepta que todas las decisiones relacionadas con la implementación de esa asesoría y esas recomendaciones serán su responsabilidad y que deberá ser él quien tome dichas decisiones.



Statement of Work

- R&R CONSULTORES SAC no es responsable de ninguna alteración u modificación realizada a un entregable por el cliente o un tercero (sin incluir los subcontratistas permitidos que trabajan para R&R CONSULTORES SAC) o de cualquier trabajo realizado por el cliente o sus contratistas en relación con esta contratación.
- R&R CONSULTORES SAC puede confiar en los procedimientos o las prácticas operativas estándares del cliente y en cualquier dirección, normativa u otra guía proporcionada por el cliente.
- El cliente es responsable de identificar, interpretar y garantizar el cumplimiento de todas las leyes, los estatutos, las reglas, las normativas y los estándares aplicables a sus operaciones o negocios, o a los de sus filiales.
- Cualquier configuración o modificación realizadas por R&R CONSULTORES SAC a productos de otros fabricantes proporcionados por el cliente, o a cualquier producto de trabajo que incorpore estos elementos, estarán sujetas a los derechos de propiedad y de otro tipo acordados por el cliente con el tercero correspondiente.
- R&R CONSULTORES SAC no proporciona ninguna garantía en relación con el software, la documentación, los equipos, las herramientas u otros productos o materiales del cliente o de terceros, y no asume responsabilidad por ellos.
- La aprobación del diseño propuesto.
- El administrador de proyectos de R&R CONSULTORES SAC participará en todas las llamadas de control acordadas durante las ventanas de mantenimiento programadas asociadas con este documento.
- En el caso de que las circunstancias resulten en un retraso en la entrega de R&R CONSULTORES SAC Servicios, R&R CONSULTORES SAC conserva el derecho de cancelar algunas o todas las reuniones del proyecto hasta que se hayan resuelto estas circunstancias y la entrega del proyecto pueda continuar sin demora.
- Si se requiere la aprobación de la tarjeta de control de cambios, R&R CONSULTORES SAC podrá programar recursos no antes de dos semanas después de recibir la aprobación.
- El cliente proporcionará las listas de hosts finales, la SAN, el almacenamiento o cualquier otra información solicitada por R&R CONSULTORES SAC en el transcurso de los dos días siguientes a la petición de R&R CONSULTORES SAC, o según se solicite específicamente.
- Se provisiona el ancho de banda adecuado para admitir las tasas de sincronización de los procesos de migración y replicación.

Statement of Work

- R&R CONSULTORES SAC da por sentado que el cliente será responsable de la producción de toda la documentación de control de cambios que sea necesaria para notificar a cualquier autoridad de control con el fin de asignar las direcciones IP y los puertos documentados para los productos que se van a instalar.
- El proceso de control de cambios del cliente autorizará todas las interrupciones antes de que se produzcan.
- No se requerirá que el administrador de proyectos de R&R CONSULTORES SAC viaje al sitio del cliente.
- El Plan de pruebas y aceptación solamente prueba funcionalidades básicas de los productos; no mide el rendimiento ni tiene resultados requeridos o específicos. Por consiguiente, estas pruebas solo indican si algo funciona correctamente o no.
- En caso de que haya un cambio significativo con respecto a lo que R&R CONSULTORES SAC considera como el conjunto de tareas que se deben realizar, o que el cliente desea implementar, R&R CONSULTORES SAC se reserva el derecho de volver a cotizar los servicios necesarios.
- Los honorarios por este proyecto pueden elevarse y el calendario puede extenderse, según corresponda y sea necesario, en el caso de un cambio en el alcance del proyecto o una desviación en cualquier suposición o dependencia contenida en este documento; si se presenta una demora o falla excusable; o si el cliente no cumple o no puede cumplir con alguna de sus responsabilidades u otras obligaciones en relación con este documento.
- Los plazos incumplidos para las actividades del cliente que impactan el cronograma general del proyecto pueden estar sujetos a costos adicionales. Estos serán revisados como se describe en el proceso de cambios del proyecto y el impacto en el costo se negociará con el equipo de cuentas de R&R CONSULTORES SAC.
- R&R CONSULTORES SAC requiere un plazo de entrega de dos semanas desde la recepción de este documento firmado hasta el inicio del proyecto.
- Todas las interrupciones no incluidas en el presente documento se autorizan mediante el proceso de control de cambios antes de que se produzcan.
- Si el cliente genera una demora durante la prestación de los servicios, R&R CONSULTORES SAC conserva el derecho de emitir facturas al cliente según la tarifa por hora del consultor actual, además de todos los gastos de viaje relacionados con los servicios prestados desde el punto de control anterior hasta la fecha de demora.
- Para que R&R CONSULTORES SAC comience el proyecto en la fecha específica solicitada por el cliente, deberá recibir firmados el documento y la orden de compra de respaldo a más tardar 30 días antes de la fecha de inicio.
- Los precios o incentivos especiales incluidos en este documento no obligan de manera alguna a R&R CONSULTORES SAC a ofrecer precios o incentivos similares al cliente en contrataciones adicionales o futuras.



2.6 Responsabilidades de WIN PERU SAC

WIN PERU SAC reconoce que la disponibilidad y el acceso oportunos a los servicios de oficina, las instalaciones, el equipo, el apoyo, la cooperación, la información y los datos completos y precisos provistos por los empleados, agentes y directores de WIN PERU SAC; los productos computacionales configurados adecuadamente, los sistemas y las redes del cliente (que incluyen los sistemas y las redes necesarias para pruebas funcionales), y el acceso a las redes, que incluye el acceso de red remoto sin limitaciones (llamados, en forma colectiva, "cooperación") son esenciales para el desarrollo de cualquier servicio (ya sea ejecutado en sitio o fuera del sitio) establecido en el presente documento. WIN PERU SAC reconoce que la capacidad de R&R CONSULTORES SAC para ejecutar los servicios y realizar cualquier cálculo financiero relacionado depende de que WIN PERU SAC cumpla con las siguientes obligaciones. Si WIN PERU SAC no brinda la cooperación requerida de manera oportuna, R&R CONSULTORES SAC quedará liberado de toda responsabilidad relacionada con el calendario o con los hitos asociados a los servicios.

A menos que el acuerdo o este documento expresen lo contrario, WIN PERU SAC se compromete a asumir completa responsabilidad respecto del respaldo y la recuperación de datos. WIN PERU SAC reconoce y acepta que R&R CONSULTORES SAC no se responsabiliza del extravío, el daño o la pérdida de los datos ni del acceso a ellos, ni de los datos irre recuperables relacionados con los servicios.

- Proporcionar a R&R CONSULTORES SAC acceso razonable al personal funcional, técnico y de negocios del cliente según sea necesario para prestar los servicios.
- Asignar un contacto y un punto de autorización primario como gerente de proyectos del cliente. Este único punto de contacto será responsable de la resolución de problemas, la calendarización de las actividades, la calendarización de las entrevistas y la recopilación y difusión de la información. El patrocinador del proyecto es responsable de garantizar el cumplimiento de las obligaciones del cliente.
- Asignar un recurso técnico líder para que actúe como un único punto de contacto técnico entre el cliente y R&R CONSULTORES SAC, según sea necesario, durante la contratación.
- Entregar a R&R CONSULTORES SAC una lista de todo el hardware proporcionado por el cliente que se utilizará para la implementación a fin de que R&R CONSULTORES SAC verifique que el equipo cumpla con las especificaciones de su matriz de soporte y sus matrices de compatibilidad.
- Garantizar que se hayan cumplido correctamente todas las preparaciones requeridas del sitio en relación con cualquier componente nuevo de un sistema que no sea de R&R CONSULTORES SAC. El cliente también se asegurará de que sus instalaciones (o las instalaciones que se proporcionan a través de un tercero) puedan aceptar y admitir cualquier producto nuevo encargado a R&R CONSULTORES SAC antes de la fecha de inicio del proyecto. Esto incluye, sin limitación, sistemas adecuados de aire acondicionado, alimentación, espacio físico, seguridad, etc.
- Poner a disposición ventanas de mantenimiento del sistema adecuadas según sea necesario para que R&R CONSULTORES SAC (o sus agentes autorizados) prepare el equipo.
- Proporcionar (según sea necesario) la implementación de componentes e infraestructura de comunicaciones.



Statement of Work

- Proporcionar servicio de soporte técnico a los equipos de implementación, a todos los proveedores y a terceros, según sea necesario.
- Asumir la responsabilidad de todos los problemas de conectividad, desempeño y configuración de la red.
- Identificar el nivel actual del conjunto de parches del sistema operativo necesario para esta implementación e instalar los conjuntos de parches recomendados antes del comienzo de la implementación.
- Asegurar que exista un proceso adecuado de respaldo y restauración.
- Obtener y proporcionar, por su cuenta y cargo, todas las licencias de terceros y los acuerdos de mantenimiento necesarios para que R&R CONSULTORES SAC complete el proyecto.
- Obtener las licencias y el soporte de mantenimiento relacionado mediante un contrato separado para todos los productos de R&R CONSULTORES SAC necesarios antes del comienzo de la prestación de los servicios.
- Permitir a R&R CONSULTORES SAC publicar, en cualquiera de los sitios donde se ejecuten los servicios, todos los documentos necesarios para que R&R CONSULTORES SAC preste dichos servicios conforme a la ley.
- Administrar la preparación de la instalación en el sitio, que incluye, entre otras cosas, cableado; calefacción, ventilación y aire acondicionado (HVAC); y alimentación.
- Garantizar que se implementen y funcionen correctamente todas las infraestructuras de red requeridas, tanto las específicas del sitio como las de sitio a sitio.
- Administrar toda la documentación y todos los procedimientos de control de cambios internos, que incluyen la coordinación con los propietarios de negocios y aplicaciones.

2.7 Horas de servicio

La cantidad máxima de horas planificada para los Servicios identificados en este documento es de 40 horas por semana. El personal de R&R CONSULTORES SAC no trabajará más de 40 horas por semana sin un acuerdo mutuo entre WIN PERU SAC y R&R CONSULTORES SAC. Se pueden establecer días u horas fuera de este programa, pero WIN PERU SAC debe solicitarlo por escrito con al menos diez (10) días de anticipación a la necesidad real.

R&R CONSULTORES SAC Servicios realizará los servicios durante el horario comercial normal de 8:30 AM a 5:30 PM, de Lunes a viernes, hora local del cliente, e incluirá el tiempo de viaje hacia y desde la ubicación del cliente y excluye los feriados locales, a menos que se hayan realizado otros acuerdos por escrito entre R&R CONSULTORES SAC Servicios y el cliente.

2.8 Documentos del proyecto

R&R CONSULTORES SAC proporcionará a WIN PERU SAC los siguientes documentos del proyecto:

- Guía de configuración

3. Finalización y aceptación

Tras la finalización de un Entregable, R&R CONSULTORES SAC Servicios presentará el Entregable al Cliente acompañado de un formulario de aceptación proporcionado por R&R CONSULTORES SAC Servicios. El proceso de finalización y aceptación de esta contratación consta de lo siguiente:

- El Cliente revisará cada Entregable dentro de los siete (7) días hábiles siguientes a la entrega



R&R CONSULTORES

-7-
RR SAC Confidential

18/01/2020
SOW#: PER-PRO-0012

Statement of Work

(el "Período de aceptación") para determinar si cada Entregable satisface los criterios de aceptación en todos los aspectos significativos.

- Si el Entregable cumple con sus criterios de aceptación en todos los aspectos significativos, el Cliente proporcionará una confirmación de aceptación por escrito a R&R CONSULTORES SAC Servicios mediante el formulario de aceptación antes de que finalice el Período de aceptación.
- En caso de que un Entregable no se acepte debido a una falla o falta de conformidad, el Cliente indicará los motivos detallados del rechazo en el formulario de aceptación y lo devolverá a R&R CONSULTORES SAC Servicios junto con el Entregable rechazado asociado (un "Aviso de rechazo") dentro del Período de aceptación.
 - Tras recibir un Aviso de rechazo, R&R CONSULTORES SAC Servicios corregirá de inmediato las fallas y la falta de conformidad en la medida en que sea necesario, de modo que todos los Entregables cumplan con los requisitos de este SOW y con sus criterios de aceptación en todos los aspectos significativos.
 - Luego, R&R CONSULTORES SAC Servicios volverá a enviar el Entregable modificado al Cliente junto con el formulario de aceptación y se repetirá el proceso establecido anteriormente. Sin embargo, el Cliente limitará su revisión de cada Entregable enviado para determinar si R&R CONSULTORES SAC Servicios ha corregido o no los defectos o la falta de conformidad identificados en el Aviso de rechazo.
 - Si el cliente no proporciona a R&R CONSULTORES SAC Servicios el Aviso de rechazo descrito anteriormente antes de que finalice el Período de aceptación correspondiente, el Entregable en cuestión se considerará aceptado.
 - Si el cliente proporciona un Aviso de rechazo después de la segunda recepción del Entregable, R&R CONSULTORES SAC Servicios puede finalizar este SOW.

4. Honorarios y facturación

Los honorarios totales fijos por los Servicios identificados en este documento (incluidos los gastos de viaje y otros gastos relacionados) suman S/. 3655.11

R&R CONSULTORES SAC emitirá una factura a WIN PERU SAC por todos los honorarios especificados anteriormente, los gastos de viaje y otros gastos reales relacionados en los que incurra conforme a la sección "Gastos" incluida a continuación y cualquier otra obligación de pago por los Servicios. WIN PERU SAC deberá pagar todas las facturas de R&R CONSULTORES SAC de acuerdo con los términos de pago especificados en el Acuerdo o, si no se especifica en el Acuerdo, en un plazo no superior a treinta (30) días a partir de la fecha de emisión de dichas facturas. R&R CONSULTORES SAC emitirá una factura a WIN PERU SAC en función de la información proporcionada en el siguiente Calendario:

Table 1. Calendario de eventos/milestones

Evento/milestone	Porcentaje adeudado
Firma del SOW	10%
Análisis del estado actual o estado de arte.	10%
Diseñar los procedimientos operativos	20%
Elaborar los procedimientos del área de Calidad, Administración, producción y Almacén.	20%
Capacitar al personal de las áreas de Calidad, Administración, producción y Almacén.	20%



Statement of Work

Pruebas	10%
Difundir los procedimientos por áreas	5%
Revisión y Cierre al cumplimiento de los procedimientos por áreas	5%
Total:	100%

4.1 Revisiones del cálculo

En caso de que el cálculo de precios de R&R CONSULTORES SAC Servicios se modifique debido a una desviación con respecto a cualquier supuesto, dependencia de la contratación, especificación del alcance o cualquier otra disposición de este SOW para la que todavía no se aplique un pedido de cambio según lo descrito en la sección Proceso de administración de cambios de este SOW, R&R CONSULTORES SAC Servicios notificará al Cliente y analizará los próximos pasos. Esto puede requerir la invocación del Proceso de administración de cambios.

4.2 Gastos

Los gastos de viaje y otros gastos relacionados en los que incurra R&R CONSULTORES SAC durante la ejecución de los servicios en los sites de trabajo especificados en este documento están incluidos en los honorarios establecidos. R&R CONSULTORES SAC no facturará los honorarios de ningún tipo en los que incurra, y WIN PERU SAC no estará obligado a pagarlos, a excepción de lo estipulado en la sección "Honorarios y facturación".

Los gastos de viaje y otros gastos relacionados en los que incurra R&R CONSULTORES SAC durante la ejecución de los servicios en los sites de trabajo no especificados en este documento NO están incluidos en los honorarios establecidos. R&R CONSULTORES SAC emitirá facturas a WIN PERU SAC por los gastos de viaje y otros gastos relacionados reales en los que incurra regularmente en relación con la prestación de los Servicios en dichos sites de trabajo no designados. WIN PERU SAC deberá pagar el monto total de las facturas de R&R CONSULTORES SAC de acuerdo con los términos de pago especificados en el Acuerdo o, si no se especifica en el Acuerdo, en un plazo no superior a treinta (30) días a partir de la fecha de emisión de dichas facturas. A menos que WIN PERU SAC apruebe algo distinto, tales gastos no superarán las tarifas de reembolso de gastos y viajes estándares establecidas por R&R CONSULTORES SAC para sus empleados.

4.3 Términos de precios adicionales

1. Los términos de este SOW serán válidos durante treinta (30) días civiles después de la presentación de la versión final de este SOW al Cliente. En caso de que este SOW sea suscrito por el cliente y devuelto a R&R CONSULTORES SAC Servicios después de dicho período de treinta (30) Días, R&R CONSULTORES SAC Servicios puede: (i) aceptar el SOW en los términos establecidos; o (ii) rechazar el SOW y proporcionar al cliente un SOW revisado que establezca las actualizaciones necesarias de los términos del SOW anterior.
2. El precio de los Servicios se basa en el ambiente del Cliente que se divulga a R&R CONSULTORES SAC Servicios y sobre el supuesto de que la información suministrada es precisa y completa. Si se descubre que los supuestos y parámetros utilizados para desarrollar el SOW son incorrectos o han cambiado, el Cliente notificará a R&R CONSULTORES SAC Servicios por escrito en de un plazo de cinco (5) días laborables. Las partes acuerdan buscar la solución a través del Proceso de administración de cambios. Si las partes no logran llegar a un acuerdo con respecto a tales supuestos o parámetros incorrectos, R&R CONSULTORES SAC Servicios puede finalizar este SOW



Statement of Work

con aviso al Cliente.

3. Todo calendario o plan presentado en este documento se basa en el supuesto de que el Cliente proporciona toda la información requerida y cumple con sus otras obligaciones
Según lo descrito en este SOW de manera oportuna. Si el cliente no cumple con sus obligaciones establecidas en este SOW, R&R CONSULTORES SAC Servicios puede ajustar el plazo o los costos con aviso al Cliente para abordar tales retrasos o el incumplimiento de las obligaciones.
4. Si cualquiera de los supuestos volumétricos usados en este SOW, incluidos el tiempo de las tareas, las ubicaciones, el uso del servicio o los factores de configuración, de los que depende R&R CONSULTORES SAC Servicios, varían en más o menos que cinco por ciento (5 %), R&R CONSULTORES SAC Servicios tiene el derecho de ajustar los precios para reflejar dichos cambios.
5. Todos los precios están en USD y no incluyen ninguno de los impuestos aplicables.
6. Durante la prestación de los Servicios, si el Cliente requiere cambios en una actividad programada de R&R CONSULTORES SAC Servicios, tal y como se define en el acuerdo previo o según lo documentado en el plan/programa de prestación de R&R CONSULTORES SAC Servicios acordado, mediante una notificación con menos de Five (5) días laborables de antelación a R&R CONSULTORES SAC Servicios por escrito, se aplicarán cargos adicionales si R&R CONSULTORES SAC Servicios no puede volver a asignar personas asociadas a esa actividad. El Proceso de administración de cambios se utilizará para determinar el impacto, si existe, y cualquier ajuste de precio relacionado. Si las partes no llegan a un acuerdo sobre un nuevo programa dentro de tres (3) meses, el Cliente reembolsará a R&R CONSULTORES SAC Servicios el valor de sus costos adicionales razonables por la prestación de los servicios y los gastos en efectivo para dichos esfuerzos en la medida que sean atribuibles a la cancelación.
7. Ambas partes acordarán mutuamente la fecha de inicio del servicio. Si el Cliente solicita cambios en la fecha de inicio del servicio con una notificación con menos de diez (10) días hábiles de antelación enviada a R&R CONSULTORES SAC Servicios, pueden aplicarse cargos adicionales.

6. Información legal

Este documento es información confidencial de R&R CONSULTORES SAC.

7. Otras disposiciones

Los Servicios, incluidos los Entregables, están sujetos a lo siguiente:

1. R&R CONSULTORES SAC Servicios puede utilizar afiliados y subcontratistas para prestar los servicios.
2. R&R CONSULTORES SAC Servicios puede realizar la totalidad o parte de los Servicios fuera del sitio en una ubicación de R&R CONSULTORES SAC Servicios u otra ubicación.
3. Los Servicios se pueden realizar fuera del país en el que se encuentra el Cliente o R&R CONSULTORES SAC Servicios. Ocasionalmente, R&R CONSULTORES SAC Servicios puede cambiar la ubicación en la que se realizan los Servicios o la parte que realiza los Servicios. Sin embargo, R&R CONSULTORES SAC Servicios seguirá siendo responsable de la prestación de los Servicios ante el Cliente.
4. El cliente reconoce que R&R CONSULTORES SAC Servicios solicitará la participación del cliente en una encuesta de comentarios de los clientes. Además, R&R CONSULTORES SAC Servicios puede pedirle al Cliente que sirva como referencia sobre la prestación de los servicios por parte de R&R CONSULTORES SAC Servicios. Si el Cliente acepta ser una referencia, el Cliente y R&R CONSULTORES SAC Servicios acordarán por escrito los términos de dicha



R&R CONSULTORES

-10-
RR SAC Confidential

16/01/2020
SOW#: PER-PRO-0012

Statement of Work

referencia. Se ha desarrollado un programa de referencia para facilitar las conversaciones confidenciales entre los clientes de R&R CONSULTORES SAC Servicios y los clientes potenciales.

- Se invita a los clientes a unirse al programa al concluir su proyecto por un período de un año.
 - R&R CONSULTORES SAC Servicios solo compartirá la información de contacto del Cliente con un cliente potencial que esté interesado en ponerse en contacto con el Cliente para discutir las experiencias previas del Cliente.
 - Limitamos el uso de la referencia del Cliente a no más de una vez por mes.
 - No publicaremos el nombre del Cliente, la organización ni ningún dato que identifique al Cliente a raíz de la participación en este programa.
5. R&R CONSULTORES SAC Servicios no será responsable por ningún retraso o incumplimiento en la prestación de los servicios en la medida en que sean causados por: (a) fallas por parte del Cliente para desempeñar sus responsabilidades en virtud del presente plan de trabajo; b) supuestos significativamente inexactos; (c) defecto, deficiencia o falla con respecto a la red, los sistemas, el software, los datos u otros equipos del cliente; o (d) modificaciones a la red, los sistemas u otros equipos del cliente que no sean fabricados por R&R CONSULTORES SAC Servicios o sus representantes. En el caso de que cualquiera de las partes tenga conocimiento de la ocurrencia de uno o más de los eventos anteriores, notificará a la otra parte en consecuencia. Sin perjuicio de tal evento, R&R CONSULTORES SAC Servicios puede, después de la discusión con el cliente sobre el impacto de dicho incidente, continuar prestando los servicios y aplicará esfuerzos comercialmente razonables para realizar los servicios en virtud del presente plan de trabajo. El Cliente reembolsará a R&R CONSULTORES SAC Servicios por sus costos adicionales razonables en la prestación de los Servicios y los gastos en efectivo en la realización de dichos esfuerzos en la medida que sean atribuibles a los elementos definidos anteriormente.
6. Los Servicios y los Entregables resultantes pueden incluir consejos y recomendaciones, pero el Cliente acepta que todas las decisiones relacionadas con la implementación de dichos consejos y recomendaciones serán responsabilidad del Cliente y llevados a cabo por este. R&R CONSULTORES SAC Servicios no proporciona asesoría legal o normativa.
7. A menos que este plan de trabajo requiera específicamente lo contrario, R&R CONSULTORES SAC Servicios no proporciona al Cliente ningún hardware, software, documentación, herramientas, equipos u otros productos, materiales o servicios de otros fabricantes, incluidos, entre otros, los productos seleccionados de R&R CONSULTORES SAC y productos de intermediación (en conjunto, "Productos de otros fabricantes"). El Cliente es la única parte responsable de negociar un acuerdo pertinente con el fabricante correspondiente del cual el Cliente desea obtener una licencia o adquirir productos de otros fabricantes cuyos términos, sin estar limitados a los términos de licencia, garantía, indemnización, mantenimiento y soporte, deben controlar dicha licencia o adquisición. R&R CONSULTORES SAC Servicios no proporciona ninguna garantía con respecto a, y no es responsable por, ningún producto de otros fabricantes. R&R CONSULTORES SAC Servicios no brinda soporte ni mantenimiento de productos de otros fabricantes, y el Cliente debe comunicarse directamente con el fabricante o proveedor externo para obtener servicios de soporte y mantenimiento.
8. R&R CONSULTORES SAC Servicios no será responsable por el incumplimiento debido a fallas de software o errores de software, incluidas las fallas de software o las limitaciones de funcionalidad de los productos de otros fabricantes.
9. R&R CONSULTORES SAC Servicios puede confiar en los procedimientos o las prácticas operativas estándares del Cliente y en cualquier dirección, guía normativa u otra guía proporcionada por el Cliente.



Statement of Work

10. El Cliente es responsable de identificar e interpretar las leyes, los estatutos, las reglas, las normativas y los estándares aplicables a su negocio u operaciones, o las de sus afiliados, y de garantizar su cumplimiento.
11. Ningún producto de R&R CONSULTORES SAC es o puede contar con una licencia o ser adquirido en virtud del presente documento. Los términos de un acuerdo de licencia o de compra independiente celebrado entre las partes regirán toda compra o licencia de los productos de R&R CONSULTORES SAC. Los honorarios de R&R CONSULTORES SAC Servicios establecidos en este documento no incluyen el costo de la compra o la concesión de licencias de cualquier producto de R&R CONSULTORES SAC.
12. Las partes acuerdan que se podrá volver a evaluar el alcance de esta declaración de trabajo (SOW), en caso de que cualquiera de las partes lo considere necesario, en el aniversario de la fecha de entrada en vigencia de este acuerdo.
13. En caso de que el Cliente no haya contratado a R&R CONSULTORES SAC Servicios para realizar los Servicios y hayan transcurrido dos (2) meses desde la Fecha de entrada en vigor y la finalización por parte de R&R CONSULTORES SAC Servicios del último Entregable relacionado con el servicio, sin más contratación del Cliente, R&R CONSULTORES SAC Servicios puede terminar este plan de trabajo mediante aviso por escrito con treinta (30) días civiles de anticipación.

8. Contactos del proyecto

Consulte la siguiente tabla para conocer los contactos principales de R&R CONSULTORES SAC y de WIN PERU SAC, y la forma de comunicarse con ellos.

Table 2. Contactos principales

	Contacto de WIN PERU SAC	Contacto de R&R CONSULTORES SAC
Nombre	Julio Miñano	Randy Ramírez
Título	Administrador	Responsable de la Solución
Número de oficina	(01) 4672096	2604298
Número de teléfono celular		987622226
Número de fax		
Dirección de correo electrónico	Julio.miñano@winperusac.com	rramirego@gmail.com

9. Autorización

Las partes abajo firmantes reconocen que han leído y comprendido este documento ALN493135 y todos los anexos del mismo, y aceptan todos los términos y condiciones establecidos en el presente. Este documento y el Acuerdo (I) constituyen el acuerdo completo y exclusivo entre R&R CONSULTORES y WIN PERU SAC con respecto al tema en cuestión y reemplazan toda otra propuesta, acuerdo, representación y comunicación anteriores, verbales o escritos, entre las partes, relativos a los servicios descritos en este documento y (II) prevalecerán frente a cualquier término o condición adicional, conflictiva o diferente que pueda aparecer en alguna orden o en otro documento entregado por las partes.

EN FE DE LO CUAL, las partes han acordado firmar el documento en las fechas que se indican a continuación.



R&R CONSULTORES

-12-

RR SAC Confidential

16/01/2020

SOW#: PER-PRO-0012

Statement of Work

Aceptación del presente documento, número PER-PRO-0012- WIN PERU SAC	
Para WIN PERU SAC	Para R&R CONSULTORES SAC
Firma	Firma
Nombre en letra de imprenta	Nombre en letra de imprenta Randy Ramírez
Título	Título Implementación de procedimientos operativos del área de calidad
Fecha	Fecha 09/12/2011
Número de orden de compra	Número de orden de venta

Esperamos con interés trabajar con usted para completar un proyecto satisfactorio. Si tiene preguntas sobre el contenido de este documento, póngase en contacto con nosotros. Para realizar preguntas específicas sobre los servicios prestados, comuníquese con el Senior Solutions Principal mencionado anteriormente.

Gracias por elegir R&R CONSULTORES SAC.

10. Objetivos

- Implementar los procedimientos al área de calidad, administración producción y almacén

11. Alcance

La implementación de los procedimientos tiene alcance a la empresa WIN PERU SAC y dentro de ella a las siguientes áreas:

- Calidad
- Administración
- Producción
- Almacén



12. CRONOGRAMA.

Etapa	Horas	Inicio	Final
Análisis del estado actual o estado del arte.	4		
Mapeo estructural de los procesos.	2	4/05/2020	4/05/2020
Entrevista con personal clave de los procesos.	2	5/05/2020	5/05/2020
Diseñar los procesos operativos.	4		
Elaboración de procedimientos general (Matriz)	2	7/05/2020	8/05/2020
Publicación de procedimiento	2	9/05/2020	11/05/2020
Elaboración de procedimiento por áreas.	19		
Elaboración de procedimiento al área de calidad.	8	12/05/2020	12/05/2020
Elaboración de procedimiento al área de administración.	1	13/05/2020	14/05/2020
Elaboración de procedimiento al área de producción.	8	15/05/2020	16/05/2020
Elaboración de procedimiento al área de almacén.	2	18/05/2020	18/05/2020
Capacitación	2		
Capacitación a personal del área de calidad.	2	19/05/2020	19/05/2020
Capacitación a personal del área de administración	2	19/05/2020	19/05/2020
Capacitación a personal del área de producción.	7	19/05/2020	19/05/2020
Capacitación a personal del área de almacén.			
Difusión, revisión y cierre.	2	3/06/2020	3/06/2020
Difusión de procedimientos en las áreas implicadas	2	20/05/2020	20/05/2020
Seguimiento de efectividad de capacitación	3	21/05/2020	21/05/2020

Appendix A

Ejemplo de aceptación del cumplimiento de hitos

La aceptación del cumplimiento de hitos es la notificación oficial de que EMC ha completado un hito específico. El cumplimiento satisfactorio de hitos se indica mediante un Formulario del cumplimiento de hitos firmado por WIN PERU SAC. Esto permite a EMC emitir facturas a WIN PERU SAC por el valor acordado de hitos. Si el precio por los servicios se pagó por adelantado en su totalidad, no se emitirá ninguna factura. La aceptación siguiente indica que EMC ha completado satisfactoriamente el hito actual. Si WIN PERU SAC está conforme con el desempeño de este hito, mediante su firma indicará aceptación. Si WIN PERU SAC indica que EMC no ha completado satisfactoriamente el hito, las partes se reunirán y resolverán las dificultades de buena fe. Si WIN PERU SAC no responde por escrito en el plazo de siete (7) días después de haber recibido este Formulario del cumplimiento de hitos, los servicios prestados para este hito se considerarán aceptados.

Reconocimiento y aceptación de hitos	
Cliente:	WIN PERU SAC



Statement of Work

Nombre del proyecto:	PER-PRO-0012 - WIN PERU SAC - Servicios Tapeless Adicionales
Número del presente documento:	PER-PRO-0012
Milestone completado:	
Fecha de cumplimiento:	21/05/2020
Entregables:	

WIN PERU SAC	R&R CONSULTORES SAC
Firma	Firma
Nombre en letra de imprenta	Nombre en letra de imprenta Randy Ramírez
Título	Título Implementación de procedimientos operativos del área de calidad
Fecha	Fecha : 25/04/2020



Evidencia del objetivo 2 – Project definición



Definición del Proyecto

para

PROYECTO	P001 – Elaborar el plan de implementación de la gestión de conocimiento para reducir las quejas y reclamos.
GERENTE DE PROYECTO	Randy Ramirez G

Número de Versión	1.0
Borrador/Final del	15/05/2020
Impreso el	15/05/2020
Autor	Randy Ramirez rramirego@gmail.com Cel. 987622226
Propietario	<i>Randy Ramirez</i>

**Información del documento****Fuente del documento**

Este documento es mantenido como un documento en línea. Contacte al autor para la última versión.

Historial de revisiones

Número de Versión	Fecha	Resumen de los cambios	Marcas de Revisión
1.0	15/05/2020	Primera versión	No

Aprobaciones

Este documento ha sido aprobado por las siguientes personas. Los formularios de aprobación firmados han sido llenados en el Libro de Control del Proyecto (Project Control Book).

Nombre	Función	Fecha de Aprobación
Randy Ramírez	R&R – Manager Solution	15/05/2020
Medaly Chupillón	WIN – Quality Manager	15/05/2020
Merly Hidalgo	WIN – Quality Cordinator	15/05/2020
Julio Miñano	WIN – Administrator	15/05/2020
Ernesto Melgar	WIN – General Manager	15/05/2020

Distribución

Este documento ha sido distribuido a:

Nombre	Función	Correos
Randy Ramírez	R&R – Manager Solution	rramirego@gmail.com
Medaly Chupillón	WIN – Quality Manager	mchupillon@winperu.com
Merly Hidalgo	WIN – Quality Cordinator	mhidalgo@winperu.com
Julio Miñano	WIN – Administrator	jmiñano@winperu.com
Ernesto Melgar	WIN – General Manager	emelgar@winperu.com



1 Prefacio

Este documento ofrece un resumen de las características importantes del proyecto tal como se entiende en el final de la Definición.

Su propósito es:

- Confirmar la comprensión de la Carta del Proyecto (Project Charter) por la organización de la entrega (delivery).
- Proporcionar información suficiente acerca de la solución y del enfoque en las que la organización patrocinadora y de la entrega se ponen de acuerdo para pasar a la etapa de planificación.
- Proporcionar un marco en el que los planes más detallados se pueden construir.
- Documentar los planes de la organización de la entrega (delivery) para completar ambas actividades de Definición y Planificación.

La estructura de la definición del proyecto incluye los siguientes componentes:

- Los objetivos del proyecto.
- Antecedentes del proyecto.
- Objetivo solución y el enfoque general.
- Alcance del proyecto.
- Marco de planificación.
- Organización.
- Cronograma.
- Presupuesto.



2 Objetivos del Proyecto

- Implementar la gestión de conocimiento para reducir las quejas y reclamos.

3 Antecedentes del Proyecto

3.1 Las necesidades de negocios y del ambiente

Se detecta la ausencia de planes de resolución de problemas, No conformidades, reclamos de clientes por servicios y productos defectuosos del productor terminado. Estas situaciones se presentan diariamente y cuenta con la necesidad de la implementación de la gestión de conocimiento como pilar para su ejecución y así lograr resolver efectivamente dichas coyunturas en la empresa WIN PERU SAC.

3.2 Requisitos clave

- La gestión del conocimiento será de alta relevancia para WIN PERU SAC permitiendo la agilización en los procesos de Reclamos y No conformidades dentro de la organización.
- Gestión del conocimiento es el proceso por el cual una organización, facilita la transmisión de informaciones y habilidades a sus empleados, de una manera sistemática y eficiente.
- Beneficios
Proporciona un punto de acceso unificado al conocimiento de la organización.
Facilita el trabajo en equipo, es decir, permite trabajar sobre el conocimiento a todos aquellos que creamos que pueden aportarle valor.
Ofrece distintas perspectivas de un mismo conocimiento: Muestra el conocimiento desde otros puntos de vista.
Favorece la transferencia, para que el conocimiento fluya y se divulgue sin trabas.

4 Solución objetivo y enfoque general

4.1 Presentación general de la solución objetivo

1. Diseño del proyecto de Gestión del Conocimiento.
2. Valoración de la Gestión del Conocimiento.
3. Desarrollo de la Gestión del Conocimiento.
4. Implementación de la Gestión del Conocimiento.
5. Sustentabilidad de Gestión del Conocimiento.



4.2 Principales componentes





5 Alcance del Proyecto

5.1 Alcance

El alcance de este proyecto comprende a las áreas de (calidad, administración, producción y almacén)

- **Diseño del proyecto de gestión del conocimiento**
 1. Contar con el apoyo de la dirección ejecutiva.
 2. Seleccionar correctamente a los miembros del equipo.
 3. Mantener informada a la empresa sobre los niveles que se están ejecutando.
- **Valoración (del estado actual de la gestión del conocimiento) Se realizará en la organización.**
 1. Seleccionar o crear una metodología para valorar o auditar el grado de madurez de la gestión del conocimiento en la empresa (Herramienta de Evaluación de Brecha)
 2. Desarrollar la valoración Agrupar los resultados en áreas críticas y procesos, según su importancia para la empresa.
- **Desarrollo.**

Las herramientas de gestión del conocimiento están en correspondencia con las seis actividades principales (identificar, adquirir, desarrollar, compartir, utilizar y retener el conocimiento).

La selección de las herramientas debe ser valorada a partir de tres perspectivas que influyen en su éxito futuro, las cuales son la tecnología, las personas y la organización.
- **Implementación**

El proceso abarca las tareas de la implementación de la propuesta de gestión del conocimiento en la empresa y, si fuera necesario, el entrenamiento a los trabajadores finales en el manejo de las herramientas y métodos. El comienzo de la implementación lo marca el grado de interés por parte de la organización y la necesidad de implantar la gestión del conocimiento. Posteriormente, el proyecto se ampliará a otras áreas en las que también se defina la necesidad de realizar inversiones en este aspecto, para lo cual se deberán hacer los esfuerzos necesarios.

 1. Los factores más importantes por considerar son:
 - a. Personas
 - b. Tiempo
 - c. Control del presupuesto
 2. Los pasos más importantes del proceso de implantación son:



Acción No. 1. Considerar los resultados de la valoración de las competencias necesarias para el proceso de implantación. Evaluación y diagnóstico (Análisis de la Evaluación de Brecha).

Acción No. 2. Diseñar un plan de comunicación interna.

Acción No. 3. Identificar barreras y facilitadores.

Acción No. 4. Definir las funciones y responsabilidades a nivel personal y equipo departamental.

Acción No. 5. Confeccionar el plan de acción, fases, tareas, seguimiento de costos, etc.

Acción No. 6. Seleccionar las herramientas por utilizar.

Acción No. 7. Formar y aprender.

Acción No. 8. Crear un proyecto piloto y brindar retroalimentación.

5.2 Principales entregables

Los entregables de la implementación de la gestión del conocimiento son:

- Evidencia de implementación.
- Procedimientos referentes a la gestión del conocimiento.
- Política de la gestión del conocimiento.
- Normas generales de la gestión de conocimiento.
- Manual de la gestión del conocimiento.
- Indicadores de la gestión del conocimiento.
- Registro de capacitaciones al personal Operario.
- Registro de capacitaciones al personal responsable.
- Presentación de inducción a la gestión del conocimiento.
- Evaluaciones a la gestión del conocimiento.



6 Marco de Planificación

6.1 Cronograma de alto nivel del proyecto

Proyecto: Implementar la gestión de conocimiento para reducir las quejas y reclamos

Etapa	Horas	Inicio	Final
1. Diseño del proyecto de Gestión del Conocimiento.	9		
Reunión con dirección ejecutiva	3	21/05/2020	21/05/2020
Selección de miembros del equipo	3	21/05/2020	22/05/2020
Difusión de la implementación de gestión del conocimiento	3	22/05/2020	22/05/2020
2. Valoración de la Gestión del Conocimiento.	12		
Seleccionar o crear la metodología	2	22/05/2020	23/05/2020
Auditar el grado de Madurez de la gestión del conocimiento	2	23/05/2020	23/05/2020
Desarrollo de la valoración	3	23/05/2020	24/05/2020
Agrupación de resultados en áreas críticas	3	24/05/2020	24/05/2020
Agrupación de resultados de los procesos	2	24/05/2020	24/05/2020
3. Desarrollo de la Gestión del Conocimiento.	8		
Reunión con el grupo	2	25/05/2020	25/05/2020
Desarrollo de herramienta de gestión del conocimiento	2	25/05/2020	25/05/2020
Realización de actividades (identificar, adquirir, desarrollar, compartir, utilizar y retener el conocimiento)	2	25/05/2020	25/05/2020
Selección de herramientas y método	2	25/05/2020	25/05/2020
4. Implementación de la Gestión del Conocimiento.	19		
Puesta en marcha	2	26/05/2020	26/05/2020
Capacitación a colaboradores	3	26/05/2020	26/05/2020
Herramientas y métodos desarrollados	2	26/05/2020	26/05/2020
Implementación en todas las áreas	3	26/05/2020	27/05/2020
Plan de comunicación interna	2	27/05/2020	27/05/2020
Definición de funciones y responsabilidades	2	27/05/2020	27/05/2020
Plan de acción, fases, tareas, y seguimiento	2	27/05/2020	27/05/2020
Formar y aprender	3	27/05/2020	28/05/2020
5. Sustentabilidad de Gestión del Conocimiento.	11		
Evaluación de la gestión del conocimiento	3	28/05/2020	28/05/2020
Proyecto e indicadores de Gestión del conocimiento	3	28/05/2020	28/05/2020
Mejora continua	5	28/05/2020	5/06/2020



6.2 Supuestos clave

- Capacitación de la Gestión del conocimiento
- Procedimiento de Gestión del conocimiento
- Manual de Gestión del conocimiento
- Políticas de la Gestión del conocimiento

6.3 Riesgos generales y respuesta al riesgo

Los riesgos generales son:

Riesgo 1: Resistencia al cambio por parte del personal.

Las respuestas a los riesgos son:

Respuesta 1: Realización de capacitaciones constantes y sensibilización al personal.

- Producción: 01/06/2020

Riesgo 2: Falla en la interpretación en los cambios por la inclusión de la Gestión del conocimiento.

Las respuestas a los riesgos son:

Respuesta 1 Realización de instructivos a los procesos claves de la organización,

- Calidad - Producción: 01/06/2020

Riesgo 3: Probabilidad de infección por COVID -19.

Las respuestas a los riesgos son:

Respuesta 1: Uso de EPPs del personal

Pruebas mensuales.

- Administración: 01/06/2020

7 Organización

7.1 Estructura de Organización Inicial (OBS)



8 Presupuesto

Para la implementación se requiere un presupuesto de S/. 1929.48.



Aceptación del Documento

Con fecha 19 de mayo de 2020, se acuerdan que el presente procedimiento será ejecutado por ambas partes.

Por WIN PERU SAC

Por R&R CONSULTORES

Ernesto Melgar
General Manager

Randy Ramírez
Manager Solution

Medaly Chupillón
Quality Manager

Evidencia del objetivo 3 – Project definición



R&R CONSULTORES

win

Definición del Proyecto

para

PROYECTO	P001 – Implementar indicadores de gestión de Calidad utilizando ISO 9001:2015
GERENTE DE PROYECTO	Randy Ramírez G

Número de Versión	1.0
Borrador/Final del	20/05/2020
Impreso el	20/05/2020
Autor	Randy Ramirez rramirego@gmail.com Cel. 987622226
Propietario	<i>Randy Ramirez</i>

**Información del documento****Fuente del documento**

Este documento es mantenido como un documento en línea. Contacte al autor para la última versión.

Historial de revisiones

Número de Versión	Fecha	Resumen de los cambios	Marcas de Revisión
1.0	20/05/2020	Primera versión	No

Aprobaciones

Este documento ha sido aprobado por las siguientes personas. Los formularios de aprobación firmados han sido llenados en el Libro de Control del Proyecto (Project Control Book).

Nombre	Función	Fecha de Aprobación
Randy Ramírez	R&R – Manager Solution	15/05/2020
Medaly Chupillón	WIN – Quality Manager	15/05/2020
Merly Hidalgo	WIN – Quality Cordinator	15/05/2020
Julio Miñano	WIN – Administrator	15/05/2020
Ernesto Melgar	WIN – General Manager	15/05/2020

Distribución

Este documento ha sido distribuido a:

Nombre	Función	Correos
Randy Ramírez	R&R – Manager Solution	rramirego@gmail.com
Medaly Chupillón	WIN – Quality Manager	mchupillon@winperu.com
Merly Hidalgo	WIN – Quality Cordinator	mhidalgo@winperu.com
Julio Miñano	WIN – Administrator	jmiñano@winperu.com
Ernesto Melgar	WIN – General Manager	emelgar@winperu.com



1 Prefacio

Este documento ofrece un resumen de las características importantes del proyecto tal como se entiende en el final de la Definición.

Su propósito es:

- Confirmar la comprensión de la Carta del Proyecto (Project Charter) por la organización de la entrega (delivery).
- Proporcionar información suficiente acerca de la solución y del enfoque en las que la organización patrocinadora y de la entrega se ponen de acuerdo para pasar a la etapa de planificación.
- Proporcionar un marco en el que los planes más detallados se pueden construir.
- Documentar los planes de la organización de la entrega (delivery) para completar ambas actividades de Definición y Planificación.

La estructura de la definición del proyecto incluye los siguientes componentes:

- Los objetivos del proyecto.
- Antecedentes del proyecto.
- Objetivo solución y el enfoque general.
- Alcance del proyecto.
- Marco de planificación.
- Organización.
- Cronograma.
- Presupuesto.

2 Objetivos del Proyecto

- Implementar indicadores de gestión de Calidad utilizando ISO 9001:2015

3 Antecedentes del Proyecto

3.1 Las necesidades de negocios y del ambiente

Se detecta la usencia de indicadores de gestión que permitan medir, procesar, tomar decisiones a través de información en tiempo real. Los indicadores que se implementarán aportarán información crítica al cuadro de mando de la organización.

3.2 Requisitos clave

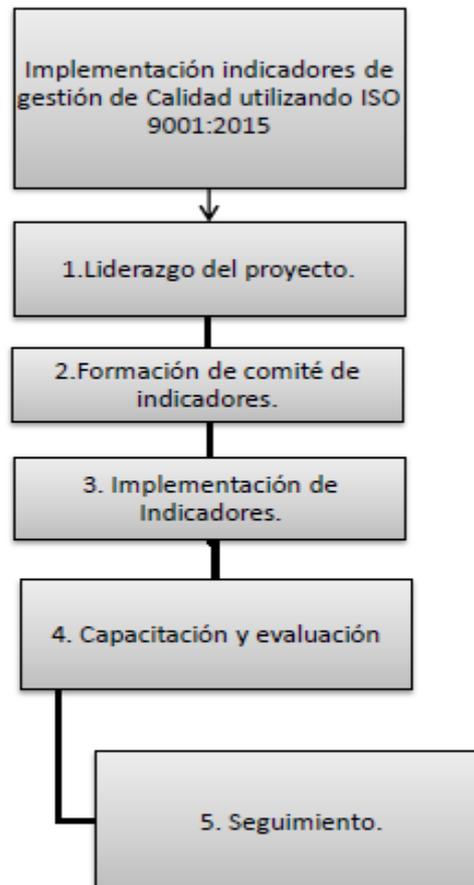
- La implementación de los indicadores de gestión en base la norma internacional ISO 9001:2015 será de alta relevancia hacia los procesos permitiendo un mejor análisis y mejora dentro de ellos.
- La definición de los Indicadores del Sistema de Gestión de la Calidad en la implantación de la norma ISO 9001 2015, es una tarea importante y bastante urgente, pero a su vez muy complicada. La creación de los Indicadores es prioritaria ya que contra antes los definamos, antes comenzaremos a registrar resultados, y antes obtendremos información que utilizar en la definición de Objetivos o en la toma de otras decisiones.
- Beneficios:
 - Organización interna
 - Mejor rendimiento en las actividades
 - Mejor rendimiento en aplicaciones comerciales
 - Economía y reducción de residuos
 - Aumento de la satisfacción del cliente
 - Mayor control de la administración de las organizaciones y de los accionistas

3.3 Presentación general de la solución objetivo

1. Fase 01: Liderazgo.
2. Fase 02: Formación de comité de indicadores.
3. Fase 03: Implementación de sistema para medición de indicadores
4. Fase 04: Capacitación y evaluación a personal clave.
5. Fase 05: Seguimiento.



3.4 Principales componentes





4 Alcance del Proyecto

4.1 Alcance

El alcance de este proyecto comprende:

1. Fase 01: Liderazgo.
Establece la estructura y funciones de implantación
Alternativas de implementación de los tableros
Difusión de próxima implementación.
2. Fase 02: Formación de comité de indicadores de calidad y de gestión.
Reunión de comité técnico para definición de indicadores de calidad.
Reunión de comité técnico para definición de indicadores de gestión empresarial.
3. Fase 03: Implementación de sistema para medición de indicadores
La proliferación de diferentes formatos para los tableros, fichas y gráficas
Diferentes estructuras o contenido temáticos para las reuniones de seguimiento
Estándares diferentes para el registro
Archivar la data generada
4. Fase 04: Capacitación y evaluación a personal clave.
Capacitación a jefaturas
Capacitación a personal administrativo
Capacitación a personal operario
5. Fase 05: Seguimiento.
Seguimiento de efectividad de capacitación



4.2 Principales entregables

Los entregables de la implementación de la gestión del conocimiento son:

- Registro de conformación de comité
- Registro de capacitación de indicadores de calidad.
- Registro de capacitación de indicadores de gestión
- Capacitación virtual

5 Marco de Planificación

5.1 Cronograma de alto nivel del proyecto

Proyecto: Implementar la gestión de conocimiento para reducir las quejas y reclamos

Etapa	Horas	Inicio	Final
1. Fase 01: Liderazgo.	7		
Establece la estructura y funciones de implantación	2	28/05/2020	28/05/2020
Alternativas de implementación de los tableros	2	28/05/2020	28/05/2020
Difusión de próxima implementación.	3	28/05/2020	29/05/2020
2. Fase 02: Formación de comité de indicadores de calidad y de gestión.	4		
Reunión de comité técnico para definición de indicadores de calidad.	2	29/05/2020	29/05/2020
Reunión de comité técnico para definición de indicadores de gestión empresarial.	2	29/05/2020	29/05/2020
3. Fase 03: Implementación de sistema para medición de indicadores	19		
La proliferación de diferentes formatos para los tableros, fichas y gráficas	8	30/05/2020	30/05/2020
Diferentes estructuras o contenido temáticos para las reuniones de seguimiento	1	30/05/2020	31/05/2020
Estándares diferentes para el registro	8	31/05/2020	31/05/2020
Archivar la data generada	2	31/05/2020	1/06/2020
4. Fase 04: Capacitación y evaluación a personal clave.	2		
Capacitación a jefaturas	2	1/06/2020	1/06/2020
Capacitación a personal administrativo	2	1/06/2020	2/06/2020
Capacitación a personal operario	5	1/06/2020	2/06/2020
5. Fase 05: Seguimiento.	2	3/06/2020	3/06/2020
Seguimiento de efectividad de capacitación	3	3/06/2020	3/06/2020



5.2 Supuestos clave

- Capacitación a jefaturas
- Capacitación a personal administrativo
- Capacitación a personal operario

5.3 Riesgos generales y respuesta al riesgo

Los riesgos generales son:

Riesgo 1: Resistencia al cambio por parte del personal.

Las respuestas a los riesgos son:

Respuesta 1: Realización de capacitaciones constantes y sensibilización al personal.

- Producción: 01/06/2020

6 Organización

6.1 Estructura de Organización Inicial (OBS)





Aceptación del Documento

Con fecha 19 de diciembre de 2014, se acuerdan que el presente procedimiento será ejecutado por ambas partes.

Por WIN PERU SAC

Por R&R CONSULTORES

Ernesto Melgar
General Manager

Randy Ramírez
Manager Solution

Medaly Chupillón
Quality Manager

Anexo 3: Instrumento cuantitativo

CUESTIONARIO DE LA PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO EN LA EMPRESA WIN PERU SAC EN LIMA

INSTRUCCIÓN: Estimado cliente, este cuestionario tiene como objeto conocer su opinión sobre la Calidad de servicio que se percibe por parte de WIN PERU SAC. Dicha información es completamente anónima, por lo que le solicito responda todas las preguntas con sinceridad, y de acuerdo a sus propias experiencias.

Tiempo de Relación con cliente.: 5-10 años () 10-15 años () 15 años – a más ()

INSTRUCCIONES: El siguiente grupo de declaraciones se refiere a lo que usted piensa sobre la empresa WIN PERÚ SAC. Para cada declaración señale, por favor, hasta qué punto considera que la empresa WIN PERÚ SAC posee las características descritas en cada declaración. También en este caso, trazar un círculo alrededor del número 1 significa está fuertemente en desacuerdo con que la empresa WIN PERÚ SAC tiene esa característica y rodear el numero 7 significa que está fuertemente de acuerdo con la declaración. Usted puede trazar un círculo alrededor de cualquiera de los números correctos o incorrectos; solamente interesa que indique un número que refleje con precisión la percepción que usted tiene de la empresa WIN PERÚ SAC

ITEMS	ASPECTOS CONSIDERADOS	VALORACIÓN						
		SUB CATEGORÍA TANGIBILIDAD						
1	¿Los equipos que emplea el servicio tienen apariencia moderna?	1	2	3	4	5	6	7
2	¿Las instalaciones físicas del servicio tienen apariencia moderna?	1	2	3	4	5	6	7
3	¿Los empleados del servicio tienen apariencia pulcra?	1	2	3	4	5	6	7
4	¿Los materiales relacionados con el servicio (la carta. publicidad) son Visualmente atractivos?	1	2	3	4	5	6	7

SUB CATEGORÍA FIABILIDAD								
5	¿Cuándo el servicio promete hacer algo en cierto tiempo realmente lo hace?	1	2	3	4	5	6	7
6	¿Cuándo tengo algún problema con el pedido, el servicio muestra interés en resolverlo?	1	2	3	4	5	6	7
7	¿El servicio ofrecido por la empresa WIN PERU SAC - LIMA ha realizado bien su atención desde la primera vez?	1	2	3	4	5	6	7
8	¿Se cometen errores con los registros y anotaciones de los pedidos?	1	2	3	4	5	6	7
9	¿El servicio concluye la atención en el tiempo prometido o estipulado por su personal?	1	2	3	4	5	6	7
SUB CATEGORÍA CAPACIDAD DE RESPUESTA								
10	¿Los empleados comunican cuando concluirá el servicio?	1	2	3	4	5	6	7
11	¿Los empleados ofrecen un servicio rápido?	1	2	3	4	5	6	7
12	¿Los empleados están dispuestos a ayudar?	1	2	3	4	5	6	7
13	¿Los empleados responden correctamente las preguntas que se les hacen?	1	2	3	4	5	6	7
SUB CATEGORÍA SEGURIDAD								
14	¿El comportamiento de los empleados transmite confianza?	1	2	3	4	5	6	7
15	¿Me siento segura con el servicio?	1	2	3	4	5	6	7
16	¿Los empleados son amables?	1	2	3	4	5	6	7
17	¿Se siente seguro al momento de cancelar el servicio ya sea efectivo o con tarjeta?	1	2	3	4	5	6	7
SUB CATEGORÍA EMPATÍA								
18	¿Recibo atención individualizada?	1	2	3	4	5	6	7
19	¿El horario de la prestación del servicio me resulta cómodo?	1	2	3	4	5	6	7
20	¿El servicio se preocupa por mis intereses, y por lo que como cliente pueda desear?	1	2	3	4	5	6	7
21	¿Los empleados comprenden mis necesidades?	1	2	3	4	5	6	7
22	¿Los empleados tienen conocimientos para responder mis preguntas?	1	2	3	4	5	6	7
Muchas gracias								

Anexo 4: Instrumento cualitativo

Entrevista

Concepto de entrevista	Esta entrevista busca tener un concepto de calidad de servicio por parte de los colaboradores de la empresa manufacturera.	
Entrevistados		
Entrevistado (Entv.1)	Entrevistado (Entv.2)	Entrevistado (Entv.3)
Director Técnico Medaly Chupillón E.	Jefe de Administración Julio Miñano C.	Asistente de Calidad Merly Hidalgo M.

Categoría problema:

CALIDAD DE SERVICIO

Guía de entrevista

Datos básicos:

Cargo o puesto en que se desempeña	Jefe de Aseguramiento de la calidad- Director técnico.
Nombres y apellidos	Medaly Chupillon Espejo
Código de la entrevista	Entrevistado1 (Entv.1)
Fecha	2020-04-15
Lugar de la entrevista	(*)

Nro.	Preguntas de la entrevista
1	¿Cómo manifiesta e impulsa el rubro de su empresa?
2	¿Cree usted que el cliente está conforme con los productos que usted ofrece?
3	¿Cómo es el clima de trabajo en la organización?
4	¿La organización a condiciones trabaja de higiene, seguridad, tiene una política empresarial?
5	¿Cuál es su mecanismo de contingencia ante un cliente que se encuentra desconforme con el servicio?
6	¿Cómo evalúa y mejora la satisfacción de sus clientes?
7	¿Los trabajadores conocen y ejecutan sus procedimientos antes situaciones coyunturales?

Observaciones

(*) La entrevista se realizó telefónicamente por estado de emergencia.

Ficha de entrevista

Datos básicos:

Cargo o puesto en que se desempeña	Jefe de Administración, RRHH y SST
Nombres y apellidos	Julio César Miñano Contreras
Código de la entrevista	Entrevistado 2 (Entv.2)
Fecha	2020-04-23
Lugar de la entrevista	(*)

Nro.	Preguntas de la entrevista
1	¿Cómo manifiesta e impulsa el rubro de su empresa?
2	¿Cree usted que el cliente está conforme con los productos que usted ofrece?
3	¿Cómo es el clima de trabajo en la organización?
4	¿La organización a condiciones trabaja de higiene, seguridad, tiene una política empresarial?
5	¿Cuál es su mecanismo de contingencia ante un cliente que se encuentra desconforme con el servicio?
6	¿Cómo evalúa y mejora la satisfacción de sus clientes?
7	¿Los trabajadores conocen y ejecutan sus procedimientos antes situaciones coyunturales?

Observaciones

*La entrevista se realizó telefónicamente por estado de emergencia.

Ficha de entrevista

Datos básicos:

Cargo o puesto en que se desempeña	Asistente de Calidad
Nombres y apellidos	Merly Hidalgo C.
Código de la entrevista	Entrevistado 3 (Entv.3)
Fecha	2020-04-26
Lugar de la entrevista	(*)

Nro.	Preguntas de la entrevista
1	¿Cómo manifiesta e impulsa el rubro de su empresa?
2	¿Cree usted que el cliente está conforme con los productos que usted ofrece?
3	¿Cómo es el clima de trabajo en la organización?
4	¿La organización a condiciones trabaja de higiene, seguridad, tiene una política empresarial?
5	¿Cuál es su mecanismo de contingencia ante un cliente que se encuentra desconforme con el servicio?
6	¿Cómo evalúa y mejora la satisfacción de sus clientes?
7	¿Los trabajadores conocen y ejecutan sus procedimientos antes situaciones coyunturales?

Observaciones

*La entrevista se realizó telefónicamente por estado de emergencia.

Anexo 5: Base de datos (instrumento cuantitativo)

Información obtenida de la encuesta realizada a 30 clientes de la empresa manufacturera.

Nro.	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15	p16	p17	p18	p19	p20	p21	p22
1	4	4	6	6	5	3	6	6	4	3	4	6	3	2	5	6	6	4	6	4	4	4
2	6	6	7	5	6	3	6	6	4	4	4	5	4	2	5	5	6	3	6	5	5	3
3	5	6	7	5	6	3	5	5	6	3	4	7	5	3	5	7	7	5	5	4	4	3
4	4	7	6	4	5	3	5	7	6	5	4	6	3	4	6	6	6	4	6	4	3	2
5	4	6	5	6	6	3	7	7	6	4	5	5	3	5	6	7	7	4	6	4	4	3
6	5	4	5	5	4	2	5	5	5	5	5	6	3	4	5	5	6	5	6	3	2	4
7	4	3	4	5	5	5	7	5	4	3	3	5	6	3	4	4	5	4	6	3	3	3
8	3	5	5	4	3	3	6	5	3	3	6	6	6	3	5	4	5	3	6	4	1	3
9	5	4	4	5	5	5	6	4	4	6	6	7	5	3	6	5	4	5	7	4	3	4
10	6	6	6	6	6	5	5	4	6	4	4	6	5	4	5	5	5	6	6	4	2	3
11	5	5	7	5	4	3	6	4	2	4	4	5	4	5	7	6	5	5	7	5	3	3
12	5	5	7	6	5	3	7	4	4	6	5	6	3	4	5	3	5	6	7	4	3	2
13	4	6	6	5	5	5	3	6	3	4	4	3	4	3	6	6	5	5	7	6	4	3
14	5	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	3	4	7	6	4	6	6	4	5	3
15	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	6	7	4	4	7	5	6	4	6	4	6	4
16	6	5	6	5	3	5	5	3	5	6	6	5	5	2	7	6	5	6	5	5	6	3
17	5	5	6	7	5	3	4	5	2	5	4	6	5	2	6	5	6	4	6	4	2	2
18	3	4	5	6	4	5	4	5	1	4	6	3	4	4	4	6	4	3	6	6	3	3
19	4	4	5	5	5	6	4	3	4	4	6	4	2	3	5	3	5	3	6	4	3	3
20	6	5	4	5	6	6	5	4	6	4	4	6	4	2	5	5	5	3	6	5	4	2
21	4	5	6	6	6	5	6	3	3	5	5	5	4	3	5	4	6	4	5	4	3	3
22	4	5	7	6	5	4	4	5	3	6	4	6	2	2	6	5	7	7	7	5	2	4
23	6	5	7	6	4	3	5	5	2	6	5	7	3	4	7	5	6	4	7	4	1	4
24	5	4	4	5	3	4	5	5	4	6	5	6	4	5	7	5	5	5	7	6	3	3
25	4	5	6	5	3	4	6	4	4	6	4	5	6	5	6	6	6	6	7	6	3	3
26	3	3	6	4	4	5	6	4	5	4	6	6	6	5	5	5	5	6	7	5	4	3
27	5	4	7	5	5	5	6	4	6	5	6	5	5	4	4	5	6	5	6	4	3	4
28	4	4	6	4	5	3	6	3	4	5	6	4	4	2	4	4	5	4	6	5	2	2
29	4	5	4	5	5	4	6	4	2	5	5	6	3	5	5	4	4	4	6	4	1	3
30	4	5	4	5	5	3	7	4	3	5	6	6	3	5	3	2	4	4	7	5	3	4

Anexo 6: Transcripción de las entrevistas o informe del análisis documental

Entrevistado1 (Entv.1) – Jefe de aseguramiento de la calidad y Director Técnico.

Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
1	¿Cómo manifiesta e impulsa el rubro de su empresa?	Contamos con un plan de acción dirigido directamente hacia nuestros clientes, consta de observar a nuestros clientes y sus necesidades, buscando la forma de fortalecer el conocimiento de las empresas que adquieren y mejorándolo con ideas innovadoras, todo por un proceso de toma de decisiones para al final entregarles un producto y una atención de calidad.
2	¿Cree usted que el cliente está conforme con los productos que usted ofrece?	Sí, siempre recibimos comentarios, contamos con un soporte que está al tanto de la satisfacción de nuestros clientes y con una sección de recomendaciones para mejorar la calidad de nuestros productos y así generar empatía con nuestros clientes, nosotros nos enfocamos en nuestros clientes y sus necesidades, todo dentro de nuestras posibilidades.
3	¿Cómo es el clima de trabajo en la organización?	El ambiente laboral es generado por los trabajadores, dejándolos desenvolverse como gusten dentro de lo permitido y con el respeto y dignidad de las personas, y esto es tanto como para trabajadores como para nuestros clientes, así generamos un ambiente laboral cálido fluido y enfocado.
4	¿La organización a condiciones trabaja de higiene, seguridad, tiene una política empresarial?	Contamos con la seguridad y salud laboral, encargado por el área de Recursos Humanos, ellos tienen la finalidad de que nuestros trabajadores y nuestras instalaciones tengas los implementos necesarios para trabajar y entregar un buen trabajo dentro de los estándares de seguridad e higiene que los clientes necesitan.
5	¿Cuál es su mecanismo de contingencia ante un cliente que se encuentra desconforme con el servicio?	Lamentamos la disconformidad, escuchamos y atendemos su evaluación y su necesidad, y le damos nuestras mejores recomendaciones para llegar a cambiar su desconformidad, buscamos más clientes conformes y esto es nuestro reto, recordamos a nuestros trabajadores que por cada cliente desconforme son 10 clientes más desconforme, por el hecho de recomendaciones, el mejor marketing que tiene nuestra empresa son nuestros clientes y sus recomendaciones.
6	¿Cómo evalúa y mejora la satisfacción de sus clientes?	Siempre después de terminar con nuestros clientes antes de retirarnos les pedimos responder nuestras encuestas de satisfacción que consta de 4 preguntas, Satisfacción general, Calidad de producto, Rapidez de Servicio y Satisfacción de atención y al final una

		caja de comentarios donde nos dejan sus recomendaciones.
7	¿Los trabajadores conocen y ejecutan sus procedimientos antes situaciones coyunturales?	Somos una empresa de constante evolución y por ello nuestros trabajadores están siempre dispuestos y listos ante toda situación, asumimos retos nuevos y nos enfocamos en ser innovadores y prestos en todo momento. Lamentablemente no tenemos procedimentado para casos específicos pero estamos trabajando en ello.

Entrevistado1 (Entv.2) - Jefe de Administración, RRHH y SST

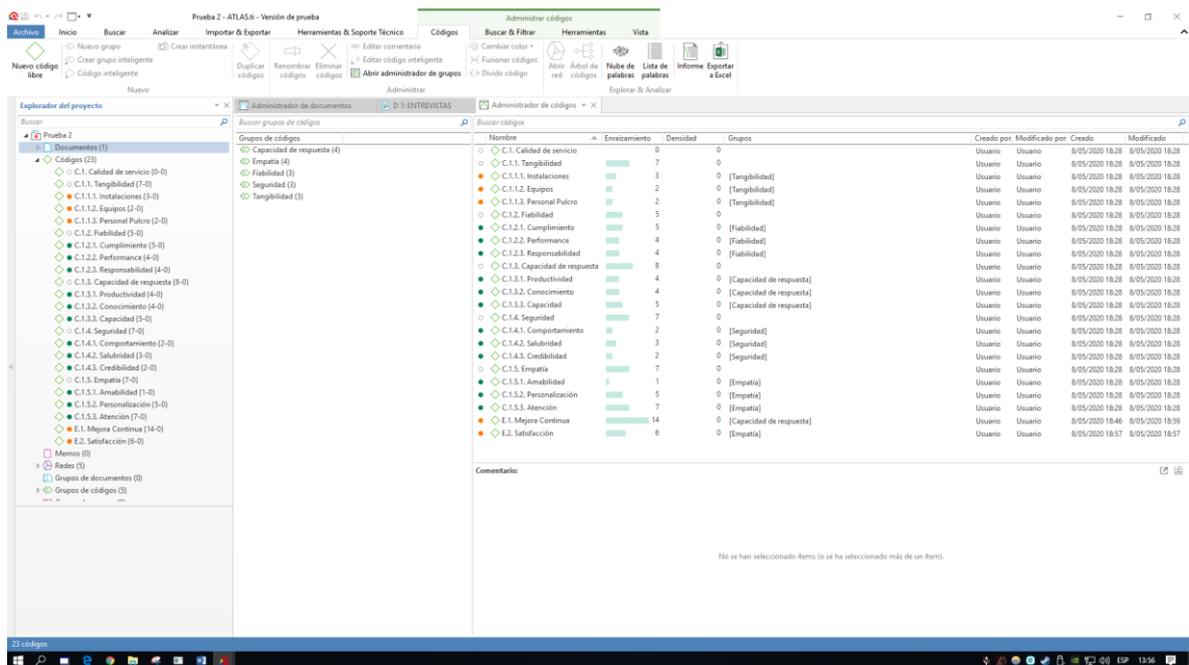
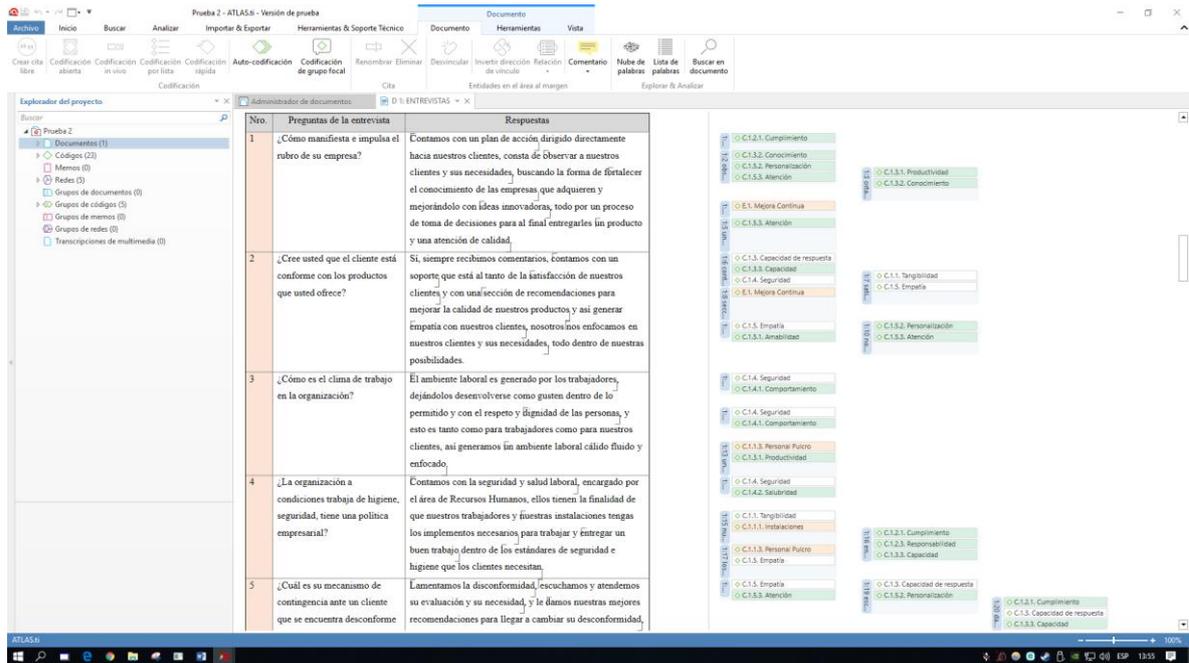
Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
1	¿Cómo manifiesta e impulsa el rubro de su empresa?	Asegurando una atención y asesoría especializada a cada cliente, de manera que el mismo cliente recomiende el servicio brindado. Otro punto es brindarle un servicio de calidad.
2	¿Cree usted que el cliente está conforme con los productos que usted ofrece?	Si, ya que nuestra carta de clientes se ha mantenido en el tiempo. Nos encargamos de actualizar el servicio mediante la mejora continua.
3	¿Cómo es el clima de trabajo en la organización?	Evaluamos el clima organizacional mediante encuestas, si observamos debilidades se trata de ver la “raíz” del problema, verificando si la empresa cuenta con los recursos para la solución del problema.
4	¿La organización a condiciones trabaja de higiene, seguridad, tiene una política empresarial?	La empresa cumple con las condiciones de Higiene y Seguridad, muy a pesar de que no se cuenta con Procedimientos, pero si respetando la Ley de Seguridad y Salud en el trabajo.
5	¿Cuál es su mecanismo de contingencia ante un cliente que se encuentra desconforme con el servicio?	Primero una vez recepcionada la queja se procede a buscar que es lo observado y si es un tema de la empresa la empresa levanta la observación, en caso la queja sea de un tercero se procede a hacer el seguimiento para el levantamiento de la queja.
6	¿Cómo evalúa y mejora la satisfacción de sus clientes?	No contamos con un procedimiento, sin embargo cada mes se realiza una llamada encuestando a cada uno de nuestro clientes con la finalidad de que nos mencionen sus sugerencias para mejorar como empresa, es decir si se encuentran satisfechos o no con el servicio brindado.
7	¿Los trabajadores conocen y ejecutan sus procedimientos antes situaciones coyunturales?	No contamos con procedimientos para ese punto. Sin embargo el área de Calidad está trabajando procedimientos para todas las situaciones en la empresa.

Entrevistado1 (Entv.3) - Asistente de Calidad

Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
1	¿Cómo manifiesta e impulsa el rubro de su empresa?	EL impulso brindando es un buen servicio de calidad a los clientes que realizamos desde la perspectiva del área de calidad, brindando la seguridad en nuestros procesos y servicios que realizamos en empresa manufacturera. Tenemos una política de calidad que busca la excelencia en todos los aspectos.
2	¿Cree usted que el cliente está conforme con los productos que usted ofrece?	Definitivamente, el tiempo que llevamos ofreciendo el servicio y productos lo respaldan, contamos con una amplia gama de clientes, equipos modernos y las instalaciones correctas para el desarrollo de las actividades.
3	¿Cómo es el clima de trabajo en la organización?	Tratamos que sea organizado, comunicativo, pulcro en el tema de los ambientes, eficaz, comprensivo, respetable, entre más unidos estemos como profesionales, como personas, el ambiente laboral podrá ser más eficiente.
4	¿La organización a qué condiciones trabaja de higiene, seguridad, tiene una política empresarial?	La empresa está organizada en reglas y directrices que se deben seguir para que pueda haber un buen funcionamiento organizacional. Generalmente se cuentan con políticas que deben respetar, sin embargo se está trabajando referente a la política de calidad en seguridad en la empresa. No obstante nos apoyamos en la ley general de seguridad y Salud en el trabajo.
5	¿Cuál es su mecanismo de contingencia ante un cliente que se encuentra desconforme con el servicio?	En primer lugar, tratamos de entender el problema que conlleva a que se encuentre desconforme, tratamos de mejorar y solucionarlo que ambas partes puedan quedar satisfechos. Siempre se trata de manejar de una manera profesional ante un percance que pueda suceder, nuestra capacidad de respuesta es rápida, ya que contamos con personal calificado para la respuesta inmediata y brindar una seguridad al cliente.
6	¿Cómo evalúa y mejora la satisfacción de sus clientes?	Utilizamos un plan de estratégico, que consiste en realizar un seguimiento post servicio o post venta de productos. El área de calidad se encarga de comunicarse periódicamente con los clientes para realizar el seguimiento respectivo. La seguridad y la

		atención personalizada realizada a los clientes nos garantizan la satisfacción al cliente.
7	¿Los trabajadores conocen y ejecutan sus procedimientos antes situaciones coyunturales?	Bueno, los colaboradores reciben capacitaciones periódicamente y es donde se les actualiza la información por parte las jefaturas. Actualmente no todos los procesos cuentan con procedimientos pero se está trabajando en ello. Como área de calidad queremos lograr tener un sistema de calidad dentro de la empresa.

Anexo 7: Pantallazos del Atlas. Ti



Anexo 8: Fichas de validación de la propuesta



Universidad
Norbert Wiener

Anexo 8 Ficha de validez de la propuesta

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE LA PROPUESTA

Título de la investigación: Procesos de gestión para mejorar la calidad de servicio en la empresa manufacturera, Lima 2020.

Nombre de la propuesta: Mejora de procesos en la gestión de la calidad

Yo, Flores Zafra David identificado con DNI Nro. 41541647 especialista en Ingeniería de proyectos e investigación. Actualmente laboro en IBM del Perú, ubicado en Av. Javier Prado Este 6230, La Molina 15012, procedo a revisar la correspondencia entre la categoría, sub categoría e ítem bajo los criterios:

Pertinencia: La propuesta es coherente entre el problema y la solución.

Relevancia: Lo planteado en la propuesta aporta a los objetivos.

Construcción gramatical: se entiende sin dificultad alguna los enunciados de la propuesta.

N°	INDICADORES DE EVALUACIÓN	Pertinencia		Relevancia		Construcción gramatical		Observaciones	Sugerencias
		SI	NO	SI	NO	SI	NO		
1	La propuesta se fundamenta en las ciencias administrativas / ingeniería.	X		X		X			
2	La propuesta está contextualizada a la realidad en estudio.	X		X		X			
3	La propuesta se sustenta en un diagnóstico previo.	X		X		X			
4	Se justifica la propuesta como base importante de la investigación holística - mixta - proyectiva	X		X		X			
5	La propuesta presenta objetivos claros, coherentes y posibles de alcanzar.	X		X		X			
6	La propuesta guarda relación con el diagnóstico y responde a la problemática	X		X		X			
7	La propuesta presenta estrategias, tácticas y KPI explícitos y transversales a los objetivos	X		X		X			

8	Dentro del plan de intervención existe un cronograma detallado y responsables de las diversas actividades	X		X		X		La matriz presenta 3 evidencias	
9	La propuesta es factible y tiene viabilidad	X		X		X			
10	Es posible de aplicar la propuesta al contexto descrito	X		X		X			

Y después de la revisión opino que:

1. La mejora de los procesos de gestión se alinean a la propuesta del investigador
2.
3.

Es todo cuanto informo;

30/06/2020

X 

David Flores Zafrá
Ingeniero de Proyectos e Investigación
Firmado por: dfloresz

Anexo 9: Matrices de trabajo

1. Matriz - planteamiento del problema

Problema de investigación a nivel internacional	Informe mundial #1	Esencia del problema	Consolidación del problema
	Este informe hace referencia a la satisfacción de los usuarios recibido el servicio.	La satisfacción de la atención, para los clientes de denotará la calidad de atención.	Internacional Las empresas chilenas son atentas a identificar sus problemas organizacionales y tratan de identificar en base a la alta demanda y satisfacción de los clientes (Ojeda, 2016), adicionalmente en el caso de las organizaciones de Colombia se enfocan en el cliente, y buscan delimitar las deficiencias de sus procesos; ya sean procesos, equipos o personal (Salazar & Cabrera, 2016) en la misma línea los supermercados relacionan la satisfacción de los clientes con la atención empática de sus colaboradores y también a diversas variables que cuentan como perspectiva para los clientes (Rubio, 2014)
	Título del informe	La plataforma del sistema de atención tiene deficiencias en su ejecución.	
	Estudio en el ámbito de calidad de servicio y evaluación de satisfacción de usuarios del Instituto de Seguridad Laboral 2016.	La alta demanda y déficit de atención al cliente.	
	Referencia		
	(Ojeda, 2016)		
	Informe mundial #2	Esencia del problema	
	El propósito de este artículo es determinar la calidad de servicio en el proceso de matrícula en la universidad Nacional de Chimborazo	El proceso es engorroso, y tiene muchas limitantes.	
	Título del informe	No se cuenta con equipos que reflejen la atención de calidad a los clientes.	
	Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo - Ecuador	El personal no tiene la capacidad de una respuesta acertada.	
Referencia			
(Salazar & Cabrera, 2016)			
Informe mundial #3	Esencia del problema		
El propósito de este artículo es demostrar la clase de servicio que se brinda a medida que los grandes supermercados crecen.	El clima laboral saturado, se ve reflejado en la atención a los clientes.		
Título del informe	Cientes valoran la ubicación de los supermercados en base a la atención.		
La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL)*	La percepción de la calidad para los clientes se denota en “Calidad de servicio”		
Referencia:			
(Rubio, 2014)			

Problema de investigación a nivel nacional	Informe nacional #1	Esencia del problema	Consolidación del problema
	El presente artículo está encaminado a mostrar los resultados del análisis de la percepción que poseen los estudiantes sobre la calidad del servicio recibido del Programa de Ingeniería Industrial de la Universidad Cesar Vallejo	Alta demanda en atención y insatisfacción en la atención. Personal Capacitado para la realización de las actividades.	Nacional
	Título del informe	La alta rotación del personal, afecta la calidad de la atención frente a los clientes.	Para la universidad una de las grandes deficiencias es la atención en las cajas administrativas; estas son la atención primaria y la cara para los clientes directos, la alta rotación y falta de capacitación del personal forman la base de calidad de servicio (Arciniegas & Mejías, 2017), por otro lado para las organizaciones públicas y privadas la satisfacción de servicio se da entre los diversos sistemas y equipos que se manejan. La deficiencia de estos repercuten tangiblemente en la satisfacción del cliente (Loli y otros, 2013), de igual manera para las empresas del estado como ESSALUD o MINSA, los equipos desfasados son un problema para alta demanda que tiene en todo el Perú (Podestá & Kuljich, 2018).
	Precepción de la calidad de los servicios prestados por la universidad César Vallejo con base en la escala servqualin, con análisis factorial y análisis de regresión múltiple		
	Referencia (Arciniegas & Mejías, 2017)		
	Informe nacional #2	Esencia del problema	
	Tiene como objetivo conocer la relación entre la satisfacción de los clientes y la calidad de servicio	Servicio y sistema de atención para las empresas pública es deficiente. La calidad de servicio de una organización privada es superior frente a una organización pública. El tiempo de respuesta de la organización por sus procesos largos.	
	Título del informe		
	La satisfacción y la calidad de servicio en organizaciones públicas y privadas de lima metropolitana		
	Referencia: (Loli, y otros, 2013)		
	Informe nacional #3	Esencia del problema	
	Determinar la relación entre calidad percibida del servicio y la cultura de seguridad en salud en el personal médico del Hospital nivel II en el distrito de Vitarte de la ciudad de Lima.	Personal no cuenta con la empatía adecuada para la atención al cliente. Los sistemas de atención no son los adecuados para la alta demanda Personal no se encuentra capacitado para la atención en alta demanda	
Título del informe			
Calidad percibida del servicio y cultura de seguridad en salud en el personal médico del Hospital II EsSalud Vitarte. Lima, 2017			
Referencia: (Podestá & Kuljich, 2018)			

2. Matriz de causa efecto para definir el problema.

Causa	Sub causa	¿Por qué?	Consolidación parcial del problema	Consolidación del problema Local
C1. Personal	1. Clima Laboral	1. Ambiente laboral	El personal no cuenta con la suficiente capacidad para las labores encomendadas.	La empresa manufacturera; la empresa estudiada se dedica a la venta, maquila de fabricación de productos alimenticios, farmacéuticos y productos de limpieza, se observa y percibe insatisfacción de los clientes por reclamos de productos y servicio. Repercute la deficiencia de un proceso de quejas y reclamos, ausencia de recursos para el proceso de atención, asimismo los procesos productivos se encuentran deficientes; repercutiendo en productos defectuosos.
		2. Trabajo Bajo presión		
	2. Problemas	3. Personales		
		4. Laboral		
	3. Capacitado	5. Velocidad de respuesta		
		6. No cuenta con capacitación		
C2. Equipos	4. Eq. Defectuosos	7. Equipos fallados	No se cuenta con equipos sofisticados y aptos para las labores de atención.	Se percibe la saturación del personal debido a la alta demanda de trabajo y no se dan abasto para la culminación de procesos, esto atrasa el proceso de atención al cliente creando una percepción de insatisfacción al cliente.
		8. Falta de equipos		
	5. Características	9. Equipos no adecuados		
		10. Equipos desfasados		
	6. Alta rotación	11. Rotación de equipos dentro de las instalaciones		
		12. Rotación de los hardware		
C3. Procesos	7. Error de Mapeo	13. Proceso pausado	Procesos con muchas variantes e cuellos de botella	
		14. Proceso con muchas variantes		
	8. Cuello de Botella	15. Exceso de tiempo en atención		
		16. Proceso engorroso		
	9. Error de sistema	17. Falla de mapeo de proceso		
		18. No es flujo continuo		

3. Matriz de formulación del problema

Formulación del problema	Objetivo general
¿De qué manera mejorar la calidad de servicio de atención al cliente en la empresa manufacturera, Lima 2020?	Proponer un plan de mejora en la calidad de servicio de Atención al cliente en la empresa manufacturera, Lima 2020
	Objetivos específicos
	<p>Diagnosticar la problemática de la calidad de proceso de servicio de atención del cliente en la empresa manufacturera, Lima 2020.</p> <p>Diseñar una propuesta de mejora de la calidad en el servicio de atención al cliente a través de una propuesta holística.</p>

4. Matriz para la justificación

Justificación teórica		
Cuestiones	Respuesta	Redacción final
¿Qué teorías sustentan la investigación?	Teoría de la Calidad Teoría clásica de la administración	Con respeto a la justificación teórica se justifica en las teorías de Calidad y teoría clásica de la administración. A través de la teoría de la calidad tenemos en claro todos los puntos referentes a la calidad, ya sea servicio o producto, asimismo esta teoría se enfoca hacia la gestión, control y administración de procesos teniendo en claro la estructura de la organización y de la forma en que los procesos interactúan entre ellos, con respecto a la teoría clásica de la administración refiere a la estructura organizacional y está enfocado a lograr la eficiencia de los procesos.
¿Cómo estas teorías aportan a su investigación?	Aportan mediante conceptos clásicos y básicos para el desarrollo de la investigación, una ayuda teórica que se pondrá en práctica en la siguiente investigación.	
Justificación práctica		
¿Por qué hacer el trabajo de investigación?	Se propone mejorar la calidad de servicio en la empresa manufacturera.	La organización al implementar el nuevo modelo de gestión de quejas y reclamos mejorará en el proceso de atención y resolución de una queja y un reclamo, asimismo se proyecta incrementar la satisfacción al cliente.
¿Qué espera con la investigación?	Se espera realizar una propuesta de mejora al proceso de atención al cliente en la empresa manufacturera.	
Justificación metodológica		
¿Por qué investiga bajo ese diseño?	Se investiga bajo el diseño mixto, el mismo que nos ayudará a realizar estudios cualitativos y cuantitativos.	La investigación se justifica a través de la aplicación de una metodología holística con una propuesta integral y eficaz para la organización. El resultado permitirá a la organización tomar una decisión rápida certera y efectiva en el proceso de quejas y reclamos de la organización.
¿El resultado de la investigación permitirá resolver algún problema?	El resultado esperado permitirá a la organización una respuesta rápida, acertada y efectiva para la resolución de problemas en el proceso de quejas y reclamos.	

5. Matriz de teorías

Teoría 1: Teoría de la Calidad						
Autor/es de la teoría	Año	Cita	Parafraseo (1)	Aplicación en su tesis (2)	Redacción final (1+2+3+4)	
W. Edwards Deming	1982	El consumidor es la pieza más importante de la línea de producción. La calidad se debe orientar a las necesidades del consumidor, presente y futuro. (Deming, 1982, p03.)	Deming señalo que la calidad es base fundamental y eje principal para la empresa, cumplir con los estándares es cumplir con el cliente mismo. Deming nos quiere decir que la calidad es parte esencial de una organización ya que busca cumplir con la expectativa del cliente.	Esta teoría se enfoca en que la calidad para la organización significará una satisfacción de los clientes, indicador importante para la medición de la calidad de servicio que brinda la organización. Esta teoría brindará lineamientos importantes para el enfoque global del proceso de calidad de servicio dentro de la organización.	La teoría de la Calidad de Deming y Juran enfoca los lineamientos importantes para toda organización. Nos demuestra que la calidad para las organizaciones son pilares fundamentales y brindan directrices para ejecución de forma efectiva y rápida en la toma de decisiones. La satisfacción de los clientes internos como externos indicarán la efectividad y pulcritud de los procesos dentro de la organización, las mismas que se podrán medir en base a los objetivos trazados por la directiva, asimismo esta teoría nos enfoca hacia la mejora continua de los procesos y la importancia de ellos en la organización. (Deming, 1982; Juran, 1988).	
Referencia:	(Deming, 1982)					
Autor/es de la teoría	Año	Cita	Parafraseo (3)	Aplicación en su tesis (4)		
Joseph Moses juran	1988	Un aumento importante en la satisfacción de los clientes sólo ocurre cuando se mejoran los Procesos y servicios que influyen en ellos. (Juran, 1988, p07)	Juran señalo que la mejora de calidad en los servicios se ve reflejada en la satisfacción del cliente, indicador importante dentro de una organización. La calidad para Juran es un pilar importante de toda organización ya que busca la satisfacción y excelencia dentro de la misma con ayuda de sus colaboradores.	Esta teoría ayudará en la aplicación del concepto de la calidad de servicio que se encuentra refleja por la satisfacción del cliente. Los procesos dentro de la organización reflejarán los objetivos trazados por la empresa y estarán en la búsqueda de la mejora continua y excelencia organizacional.		
Referencia:	(Juran, 1988)					

Teoría 2: Teoría clásica de la administración					
Autor/es de la teoría	Año	Cita	Parafraseo (1)	Aplicación en su tesis (2)	Redacción final (1+2+3+4)
Frederick W. Taylor	2004	Taylor (citado en Chiavenato, 2004), indicó que “La teoría de la administración se distingue por el énfasis en la estructura que debe tener una organización para lograr la eficiencia. Su objetivo es la búsqueda de la eficiencia de las organizaciones” (p. 69).	Taylor (Citado en Chiavenato, 2004) Señalo que la teoría clásica de la administración está en la búsqueda de la eficiencia de la organización a través de su forma estructural empresarial y poder lograr con ayuda de los procesos el máximo rendimiento posible en todas sus áreas de gran impacto. La organización busca el desempeño óptimo y así cumplir con los requisitos de los clientes tanto internos como externos.	Esta teoría ayudará a la organización a que todos los colaboradores puedan aportar dentro de la empresa y puedan cumplir con los estándares de los clientes internos como externos. De esta forma los procesos serán más eficaces con un enfoque de excelencia en la calidad de servicio.	La teoría Clásica de la Administración sustenta el enfoque estructural que toda organización debe de tener para lograr la eficiencia en sus procesos. A través de esta teoría podremos enfatizar y enfocarnos hacia la autonomía de los procesos, las soluciones rápidas y tomas de decisiones acertadas; las mismas que están avaladas por la estructura empresarial definida y organizada.
Referencia:	(Chiavenato, Introducción a la teoría general de la administración., 2004)				
Autor/es de la teoría	Año	Cita	Parafraseo (3)	Aplicación en su tesis (4)	Nuestros clientes internos y externos serán nuestros indicadores en la organización asimismo serán el soporte para lograr los objetivos trazados por la directiva. (Chiavenato, 2004; Chiavenato, 2007).
Henry Fayol	2007	Fayol (citado en Chiavenato, 2007), señaló que “La teoría de la administración parte de un enfoque sintético, global y universal de la empresa, lo cual inicia la concepción anatómica y estructural de la organización, desplazando con rapidez su visión” (p. 70)	Fayol (citado en Chiavenato, 2007) Indicó que la teoría de la administración es uno de los pilares para importantes de para una organización ya busca orientar al colaborador hacia la excelencia en la resolución de problemas y lograr la eficiencia en los procesos. Toda organización debe de estar estructurada de tal forma que obtengan los resultados propuestos y esperados por la directiva.	Esta teoría ayudará en que los colaboradores de la organización se enfoquen en los procesos estructurales de la empresa. La autonomía de las áreas brindaran las soluciones rápidas y eficientes a problemas coyunturales de la organización.	
Referencia:	(Chiavenato, Introducción a la teoría general de la administración, 2007)				

6. Matriz de categoría y subcategorías

CATEGORIA 01: CALIDAD DE SERVICIO						
Autor/es	Año	Cita	Paráfraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final	
Dolors Séto	2004	Séto (2004) sostiene "La calidad de servicio es un antecedente de la satisfacción del cliente" (p. 157).	La calidad de servicio es la satisfacción al cliente. (Séto, 2004)	Este concepto permitirá tener un concepto claro y global de la calidad de servicio.	La calidad de servicio se refiere la satisfacción al cliente en términos globales y dependerá de la perspectiva de cada cliente en cuan valioso y de calidad es el servicio. Asimismo la calidad de servicio debe de estar enfocado en la mejora continua de los procesos y de todos los colaboradores participantes de la organización ya que este será el indicador que reflejara la valoración del servicio. (Séto, 2004; Larrea, 1991; Varo, 1994; Medina, 2000; Rosander, 1994)	
Referencia:	(Séto Pamies, 2004)					
Pedro Larrea	1991	Larrea (1991) "La calidad de servicio es sinónimo de calidad percibida, ya que es un juicio personal que compara desempeño percibido con expectativas generadas." (p. 150)	La calidad de servicio es la percepción obtenida a juicio personal de cada cliente. (Larrea, 1991)	Define la calidad de servicio como el valor que cada cliente le brinda a través de su propia perspectiva.		
Referencia:	(Larrea, 1991)					
Jaime Varo	1994	Varo (1994) "La calidad de servicio es tanto realidad como percepción, y son los deseos de los usuarios los que condicionan la valoración de la calidad del servicio prestado por una institución." (p. 171)	La calidad de servicio es la percepción de los clientes y este condiciona al valor del servicio (Varo, 1994)	Calidad de servicio es la perspectiva del cliente y este es el indicador que se reflejara la valoración del servicio.		
Referencia:	(World Food Programme, 2003)					
Manuel Enrique Medina Tornero	2000	Medina (2000) "La calidad de servicio es un concepto más amplio que la satisfacción. La satisfacción del cliente o la insatisfacción, surge de la discrepancia entre expectativas primeras y resultado actual, siguiente el paradigma no confirmatorio al igual que la calidad de servicio" (p. 169)	La Calidad de servicio surge desde las expectativas primarias de los clientes y es mucho más amplio de lo que se llama satisfacción al cliente. (Medina, 2000)	Nos ayudara a comprender que la calidad de servicio no es solamente la satisfacción al cliente.		
Referencia:	(Medina Tornero, 2000)					
A. C. Rosales	1994	Rosander (1994) "Calidad de servicio es lo que el cliente recibe de estas personas. La calidad de servicio no viene del Director General. A menos que la alta dirección entienda que la mejora de la calidad es un programa continuo y convenza a todos los empleados para adoptar el mismo punto de vista, esos vendedores no darán calidad de servicio." (p.4).	Calidad de servicio es lo que refiere en adoptar un punto de vista diferente y que para que entienda la alta dirección el enfoque debe de ser en un proceso de mejora continua de la calidad para todas las personas involucradas en el proceso.(Rosander, 1994)	Ayudará a entender que la calidad de servicio siempre se ve enfocado en la mejora continua de los procesos y de las personas involucradas.		
Referencia:	(Rosander, 1994)					

SUBCATEGORIA: Tangibilidad					Redacción final
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis	
Dolors Séto	2004	Séto (2004) sostiene "tangibilidad es considerada por los clientes de servicios como la menos crítica en las percepciones de calidad" (p. 23).	La tangibilidad en la calidad de servicio es la menos crítica ya que un servicio cumple con ciertos lineamientos establecidos por el cliente (Séto, 2004)	Permitirá establecer la satisfacción de los clientes al tomar el producto o servicio brindado por la organización.	
Referencia:	(Setó Pamies, 2004)				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis	
J. Maqueda Lafuente J.I. Llaguno Musons	1995	Maqueda, J. & Llaguno, J.I. (1995) Tangibilidad. La organización se esfuerza por dotar de tangibilidad a los intangibles servicios, mediante diversos soportes que permitan apreciar en el servicio un contenido material (p. 458)	Se refiere a que cuando se brinda un servicio, al ser intangible este no se puede percibir sin embargo se le brinda soportes que permitan percibir el servicio a los clientes. (Maqueda & Llaguno, 1995)	Permite los clientes percibir un soporte post servicio. Haciendo un bien intangible en tangible.	
Referencia:	(Llaguno Musons & Maqueda Lafuente, 1995)				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis	
I. Quintanilla Pardo G. Berenguer Contrí M. A. Gómez Borja	2014	Quintanilla, I. & Berenguer G. & Gómez M.A. (2014) La tangibilidad viene determinada tanto por las propiedades físicas y materiales como por las características funcionales y estéticas percibidas por el consumidor en un producto. (s.p.)	La calidad está determinada por las propiedades físicas del producto o en el caso de servicio en la forma percibida por el consumidor (Quintanilla, Berenguer & Gómez 2014)	Permitirá tener claro los conceptos de calidad en cuanto a la tangibilidad ya sea por producto o por un servicio.	
Referencia:	(Gómez Borja, Berenguer Contrí, & Quintanilla Pardo, 2014)				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis	
Lorena Carrete, Sara Isabel López García, Andrea Trujillo y Jorge Vera	2011	Carrete, L & López, S & Trujillo, A & Vera, J (2011) "La tangibilidad es todo aquello que se puede ver, tocar o degustar, mientras que la intangibilidad se refiere a acciones." (s.p.)	La tangibilidad es todo aspecto físico que se puede ver o tocar mientras que la intangibilidad refiere a las acciones (Carrete, López, Trujillo & Vera, 2011)	Permitirá delimitar los conceptos de la tangibilidad y la intangibilidad.	
Referencia:	(Carrete, López García, Trujillo, & Vera, 2011)				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis	
Jordi López Camps	2005	López (2005) "Tangibilidad es la apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación." (p. 358)	La tangibilidad es la parte física de todo físico tanto equipos personal y materiales (López, 2005)	La tangibilidad físicamente es la parte palpable y percible ya sea por producto o por un servicio.	
Referencia:	(López Camps, 2005)				

SUBCATEGORIA: Capacidad de respuesta.						
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final	
Marta López Gil	2000	López (2000) "La capacidad de respuesta es el quid de la traducción. Y es en torno a este concepto-que trasciende plenamente los determinantes políticos, económicos y técnicos del tiempo presente." (p.133)	La capacidad de respuesta se refiere a los tiempos determinados para temas determinantes. (López, 2000)	Permitirá utilizar este concepto en base a velocidad de respuesta de un servicio para el apoyo en la empresa manufacturera	La capacidad de respuesta se refiere a la velocidad de dar resolución a las necesidades de nuestros clientes, esta medición aportará indicadores que se podrán medir a través de la satisfacción del cliente y en cuanto se puede dar solución a su necesidad. Asimismo permitirá comprender las necesidades de nuestros clientes en relación con la organización empresarial. (López, 2000; Organización Mundial de la Salud, 1970; World Food Programme, 2003; Carrasco, 2013; Universidad de Zulia, 2007)	
Referencia:	(López Gil, 2000)					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis		
Organización Mundial de la Salud	1970	Organización mundial de la salud (1970) "La capacidad de respuesta es un reto importante. Los simulacros realistas de entrenamiento son una herramienta útil, y se deben evaluar críticamente para identificar los aspectos susceptibles de mejorar." (p. 45)	Refiere a la velocidad de respuesta en la forma de identificar, resolver distintas situaciones y ciertos aspectos con el fin de mejorar (OMS, 1970)	Permitirá dar enfocar en la situación coyuntural de la organización y brindar una respuesta rápida y efectiva.		
Referencia:	(Organización Mundial de la Salud, 1970)					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis		
World Food Programme	2003	World Food Programme (2003) "Capacidad de respuesta Es el conjunto de factores o condición en que se encuentra una población, grupo o individuo que le permiten tener la capacidad de hacer frente a una amenaza, soportar, absorber o mitigar su impacto." (p.6)	La capacidad de respuesta son conjunto de factores que permiten hacer frente a diversas situaciones (World Food Programme, 2003)	Nos permitirá delimitar el concepto claro para la implementación en la empresa manufacturera		
Referencia:	(World Food Programme, 2003)					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis		
Soledad Carrasco Fernández	2013	Carrasco (2013) "Es la capacidad de ayudar a los clientes y satisfacer sus necesidades con un servicio rápido." (p. 81).	La capacidad de respuesta es la necesidad de resolver las necesidades del cliente rápidamente. (Carrasco, 2013)	Nos ayudara a dar resolución a las necesidades de los clientes de forma rápida y así brindar la satisfacción a los clientes.		
Referencia:	(Carrasco Fernández, 2013)					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis		
Universidad de Zulia	2007	Universidad de Zulia (2007) "Capacidad de respuesta es la voluntad de ayudar al cliente con una respuesta rápida." (p.83)	Es la forma de ayudar al cliente de forma rápida. (Universidad de Zulia, 2007)	Aportará en entender en que consiste la capacidad de respuesta.		
Referencia:	(Universidad de Zulia, 2007)					

SUBCATEGORIA: Fiabilidad						
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final	
Dolors Séto	2004	Setó (2004) sostiene "Habilidad para prestar el servicio prometido de forma cuidadosa y fiable" (p. 23).	La fiabilidad es una forma cuidadosa y fiable de presentar un servicio. (Setó, 2004)	Aportará conceptos claros de que la fiabilidad se enfoca en brindar un servicio de calidad y forma cuidadosa hacia nuestros clientes, por parte de empresa manufacturera.	La fiabilidad refiere a conceptos y enfoques de calidad, hace referencia a que se debe cumplir a condiciones necesarias que se dan a piezas, componentes, sistemas o servicios. La fiabilidad es un parámetro tangible siempre y cuando se brinda sin fallas y con un tiempo determinado hacia los clientes. Asimismo es medible en cuanto el cliente siente la satisfacción de la necesidad requerida. (Setó, 2004; Griful, 2009; Izquierdo, 2008; Prabhakar & Bertrand, 1989; Crespo & Parra, 2012).	
Referencia:	(Setó Pamies, 2004)					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis		
Eulàlia Griful Ponsati	2009	Griful (2009) "Fiabilidad es un concepto con muchas connotaciones distintas. Cuando se aplica al ser humano, normalmente se refiere a la habilidad de las personas para hacer ciertas tareas de acuerdo con un estándar especificado." (p.15)	Cuando fiabilidad refiere a condición aplicada al ser humano, hace referencia a realizar tareas con un estándar especificado. (Griful, 2009)	Aportará conceptos claro, que al realizarse algún servicio por parte de la organización empresa manufacturera, se haga bajo un estándar especificado de calidad.		
Referencia:	(Griful Ponsati, 2009)					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis		
Mikel Izquierdo Redín	2014	Izquierdo (2014) "La fiabilidad es una condición necesaria para que la medida sea válida, pero esto no es suficiente. La validez refleja el grado en el que las pruebas aplicadas, en unas condiciones específicas, miden con precisión lo que se supone que quieren medir." (p.63)	La fiabilidad es una condición necesaria para que una medida sea validad, ya sea para un servicio o producto. (Izquierdo, 2014)	Este concepto nos ayudara a la ejecución de un servicio con condiciones necesarias en empresa manufacturera		
Referencia:	(Izquierdo Redín, 2008)					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis		
Prabhakar M. Ghare Bertrand L. Hansen	1989	Prabhakar & Berthand (1989) "Fiabilidad es aquel aspecto de la garantía de calidad que se ocupa de la calidad del funcionamiento del producto. Otra definición de fiabilidad podría ser: es la probabilidad de realizar, sin fallos, una función específica, en ciertas condiciones y durante un determinado periodo de tiempo." (p. 415)	La fiabilidad es la probabilidad de hacer ciertas funciones con determinada calidad sin fallos y con ciertas definiciones en un periodo de tiempo. (Prabhakar & Berthand, 1989)	Nos ayudara a contar con los parámetros establecidas para la realizaron de un servicio sin fallas y con un tiempo determinado, de resultante un servicio o producto de calidad.		
Referencia:	(Prabhakar M. & Bertrand L., 1989)					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis		
Carlos Parra, Adolfo Crespo	2000	Parra & Crespo (2012) "La fiabilidad es una aptitud que tiene un elemento (pieza, componente, aparato, o sistema) para cumplir con unas funciones prefijadas y mantenerse en los límites establecidos para las condiciones de explotación dadas durante un intervalo de tiempo requerido." (p. 171)	La fiabilidad es la aptitud de un componente para cumplir con las condiciones que se dan a piezas, componentes apartes o sistemas. (Parra & Crespo, 2012)	Ayuda en tener claro los conceptos de fiabilidad de un servicio brindado para ser aplicado dentro de la organización empresarial de empresa manufacturera.		
Referencia:	(Crespo & Parra, 2012)					

SUBCATEGORIA: Empatía					Redacción final
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
Dolors Setó	2004	Setó (2004) sostiene "Atención individualizada que el proveedor del servicio ofrece a los clientes." (p. 23).	La empatía es la forma de servicio personalizado ofrecido. (Setó, 2004)	Ayudará en el concepto básico de la empatía dentro de la gama de servicios.	
Referencia:	(Setó Pamies, 2004)				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
Roberto Roche Olivar	2004	Roche (2004) "La empatía es la capacidad de sintonizar emocionalmente (y también cognitivamente) con los demás y supone una base importante sobre la cual se asientan las relaciones interpersonales positivas." (p.32)	La empatía es la forma de llegar hacia la otra persona de una forma única e importante dentro de las relaciones interpersonales. (Roche, 2004)	Aportará que concepto claro de que la empatía enfocado en los servicios es la forma de llegar a los clientes en la organización.	
Referencia:	(Roche Olivar, 2004)				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
Jaime Varo	1994	Varo (1994) "La empatía. Es la comprensión del cliente; entender sus necesidades y especificaciones. La empatía permite producir un servicio personalizado." (p.77)	La empatía es la causante de producir un servicio personalizado. (Varo, 1994)	Ayudará en ser el lineamiento esencial para la ejecución en el servicio.	
Referencia:	(Varo, 1994)				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
Clara Rodríguez del Castillo	2016	Rodríguez del Castillo (2016) "La empatía es la intención de comprender los sentimientos y emociones, intentando experimentar de forma objetiva y racional lo que siente otro individuo." (p. 116)	La empatía es la intención de comprender los sentimientos de la otra persona de forma objetiva y racional. (Rodríguez del Castillo, 2016)	Aportará en el momento que se realice un servicio o una post venta, el colaborador de la empresa manufacturera puede utilizar dichos conceptos para la ejecución de las acciones.	
Referencia:	(Rodríguez del Castillo, 2016)				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	
Meritxell Garcia Roig	2019	Garcia (2019) "La empatía es la capacidad de experimentar los sentimientos experiencias de otra persona de forma sentida, pero desde un terreno mental. Cuando alguien nos explica lo que le pasa, nosotros, de forma conceptual, imaginamos la situación y cómo debe sentirse esa persona." (s.p.)	La empatía es la forma y la capacidad de nosotros experimentar e imaginarnos la situación y como debe de sentirse la otra persona (Garcia, 2019)	Aportará en el conocimiento al realizar algún servicio y de cómo debemos de actuar durante la post venta en la empresa manufacturera	
Referencia:	(Garcia Roig, 2019)				

SUBCATEGORIA: Seguridad						
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final	
Dolors Séto	2004	Séto (2004) sostiene "Conocimientos y atención mostrados por el personal de contacto y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza al cliente." (p. 23).	La seguridad en el servicio es la facultad de brindar seguridad al cliente. (Setó, 2004)	Aportará conocimiento básico en la seguridad cuando se brinda un servicio.	La seguridad refiere a las conductas, patrones y actitudes de individuos. Desde el punto de vista de realizar un servicio hacia los clientes; pues podemos ver que se deberá dar la seguridad en todo aspecto, desde el personal hasta el software a utilizar. Asimismo la seguridad dentro de un servicio es crucial y parte primordial de la organización, ya que los clientes sentirán la sensación de confianza que se verá reflejada en el indicador de satisfacción al cliente. (Setó, 2004; Varo, 1994; Pérez, 2001; Ramos, 2004; Aranaz, 2014)	
Referencia:	(Setó Pamies, 2004)					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis		
Jaime Varo	1994	Varo (1994) "La seguridad es la cualidad principal en muchos servicios. Cuando los errores o los fallos pueden ser peligrosos en determinadas actividades, la seguridad se convierte en la característica más importante de la calidad." (p.562)	La seguridad es la principal cualidad para los servicios, esta se convierte en la característica importante al brindar un servicio. (Varo, 1994)	Aportará en conceptos básicos para la ejecución de los servicios realizados por la empresa manufacturera		
Referencia:	(Varo, 1994)					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis		
José María Pérez Pascual	2001	Pérez (2001) "La seguridad es la que procede y corresponde al tipo de clientela y establecimiento." (p. 400)	La seguridad precederá el tipo de cliente que llegará al establecimiento. (Pérez, 2001)	Ayudará en la aplicación de seguridad durante la atención de un servicio en empresa manufacturera.		
Referencia:	(Pérez Pascual, 2001)					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis		
Benjamín Ramos Alvarez	2004	Ramos (2004) "La seguridad es un concepto que cada vez tiene mayor valor en el sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC)." (p. 383)	Para el sector de las TIC, la seguridad está teniendo mayor valor con el pasar el tiempo (Ramos, 2004)	Ayudará en generar mayor énfasis en la seguridad de las TIC ya que en un servicio se valora tanto la satisfacción como el sistema brinde una seguridad durante la ejecución del servicio.		
Referencia:	(Ramos Alvarez, 2004)					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis		
Aranaz Andrés, Jesus María	2014	Aranaz (2014) "Seguridad es el resultado de valores, actitudes, percepciones, competencias y patrones de conducta de los individuos". (p.1304)	La seguridad es la el resultado de las conductas de los individuos. (Aranaz, 2014)	Aportará en los conceptos de seguridad desde la perspectiva de los individuos, sus actitudes etc.		
Referencia:	(Aranaz Andrés, 2014)					

7. Matriz de Antecedentes

Datos del antecedente Nacional 1			
Título	Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015	Metodología	
Autor	Nahirima Tica, Yanina Milsa	Tipo	Correlacional- Transecional
Año	2015	Enfoque	Cuantitativo
Objetivo	Determinar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente de las pollerías del distrito y provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015.	Diseño	No experimental
Resultados	Se determinó que en las pollerías del distrito de Andahuaylas, región de Apurímac lo siguiente: Se encontraron que existe una relación positiva moderada entre la evidencia física del servicio y satisfacción del cliente; del mismo modo existe una relación positiva moderada entre la fiabilidad del servicio y satisfacción del cliente, y existe una relación entre la empatía del servicio y satisfacción del cliente en las pollerías del distrito de Andahuaylas. Ya que en las pollerías, los clientes tiene que haber satisfecho sus necesidades Se encontró que existe una relación positiva baja entre la capacidad de respuesta del servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas.	Método	Inductivo
		Población	3675
		Muestra	348
		Técnicas	Encuesta y observación
Conclusiones	En las pollerías del distrito de Andahuaylas, región de Apurímac se puede afirmar que existe relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015	Instrumentos	Cuestionario
		Método de análisis de datos	

<p>Redacción final al estilo Tesis</p>	<p>Nahuirima (2015) realizó la tesis titulada <i>Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015</i> La presente investigación es de tipo correlacional – transeccional, de enfoque cuantitativo, diseño no experimental, cuyo objetivo general es determinar la relación entre la calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015. Para analizar la relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente, se realizó encuestas para evaluar las siguientes variables: calidad de servicio y satisfacción al cliente. Dicha encuesta fue aplicada en las diversas pollerías del distrito de Andahuaylas a 348 clientes entre varones y mujeres que constituyen la muestra del presente estudio. El cuestionario tiene 28 preguntas distribuidos de la siguiente manera: 16 ítems para la variable calidad de servicio y 12 reactivos para la variable satisfacción del cliente. Dicho instrumento tiene una amplitud de cinco categorías (siempre, casi siempre, a veces, casi nunca, nunca). La validez y la fiabilidad del instrumento de recolección de datos fueron realizadas según el coeficiente de alfa de Cron Bach y los resultados obtenidos fueron de 0.855 para el cuestionario de calidad de servicio y de 0.668 para el cuestionario de posicionamiento; por lo tanto, los instrumentos son fiables y consistentes.</p>
<p>Redacción final al estilo artículo</p>	<p>Nahuirima (2015) evidenció que existe relación significativa entre las variables calidad de servicio y satisfacción al cliente de las pollerías de Andahuaylas en la región de Apurímac.</p>
<p>Referencia (tesis)</p>	<p>Nahuirima (2015). <i>Calidad de servicio y satisfacción del cliente de las pollerías del distrito de Andahuaylas, provincia de Andahuaylas, región Apurímac, 2015</i>. (Tesis de licenciatura) Perú: Universidad Nacional José María Arguedas</p>

Datos del antecedente Nacional: 2			
Título	Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016	Metodología	
Autor	Liza Soriano de Silva, Claudia Milsa Siancas Ascoy, Cecilia de Lourdes	Tipo	Correlacional
Año	2016	Enfoque	Mixto
Objetivo	Determinar el impacto que tiene la calidad de servicio en la satisfacción del cliente de una entidad bancaria de Trujillo, en el año 2016.	Diseño	No experimental
Resultados	Se determinó que existe relación en la calidad de servicio en la satisfacción del cliente en la entidad bancaria con los siguientes datos: Sobre los niveles de satisfacción de los clientes de la entidad bancaria los niveles de satisfacción a nivel de todas las agencias, son bajos. Sobre nivel de calidad de servicio percibido por los clientes el contexto trabajado (la entidad bancaria), se ha podido observar que existe una brecha entre la calidad de servicio esperada y la calidad de servicio percibida, por parte del cliente externo de la entidad bancaria analizada. Sobre la relación de los niveles de satisfacción del cliente y la calidad del servicio percibida en la entidad investigada a este nivel se puede afirmar que los cuestionarios son confiables para medir tanto percepción como expectativa de la calidad de servicio, por parte del cliente externo.	Método	Inductivo
		Población	19 065
		Muestra	377
		Técnicas	Encuesta y observación
Conclusiones	En la entidad bancaria ubicada en la ciudad de Trujillo se determinó las entidades bancarias investigadas, se concluyó que se logró determinar que la calidad de servicio impacta positivamente en la satisfacción del cliente, Se concluye que la satisfacción es baja en todas las agencias, mostrando diferencia significativa entre lo percibido y lo esperado.	Instrumentos	Cuestionario
		Método de análisis de datos	

	Se logró medir la relación entre la satisfacción del cliente y la calidad del servicio bancario, concluyendo que es positiva con un valor de 38.6% para el caso de calidad percibida.		
Redacción final al estilo Tesis	Liza C. & Siancas C. (2016) realizó la tesis titulada <i>Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016</i> , la investigación tiene como propósito estudiar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente de una entidad bancaria de la ciudad de Trujillo, su contribución está en otorgar información a la Gerencia para la toma de decisiones pertinentes, dado que en la actualidad la calidad de servicio es un tema muy importante e indispensable para cualquier negocio ya que de este depende el fracaso o éxito de las organizaciones. Se utilizó técnicas de recopilación de datos, la encuesta, entrevista y análisis documental para analizar cómo perciben los clientes externos la calidad del servicio que brinda la entidad bancaria, así como su nivel satisfacción, para ello se usó el cuestionario SERVQUAL, herramienta utilizada en trabajos de investigación el cual se fundamenta en la teoría de los GAPS, que explica la diferencia entre las expectativas y percepciones de los clientes respecto a la calidad del servicio y la satisfacción. Luego, la estadística descriptiva permitió analizar el comportamiento de las variables de estudio y finalmente se aplicó el coeficiente de correlación Spearman para medir el grado asociación entre las variables. La investigación concluye que la calidad de servicio impacta positivamente en la satisfacción del cliente, observándose que existe una brecha entre lo esperado y lo percibido, afectando con ello el nivel de satisfacción del cliente. Por lo tanto, la Gerencia debe enfocarse a reducir la brecha asignando recursos, orientado a mejorar la calidad del servicio y por ende el nivel de satisfacción del cliente. PALABRAS CLAVE: Calidad de servicio, satisfacción de cliente.		
Redacción final al estilo artículo	Liza C. & Siancas C. (2016) concluyó que se logró determinar que la calidad de servicio impacta positivamente en la satisfacción del cliente logrando medir la relación entre la satisfacción del cliente y la calidad del servicio bancario, concluyendo que es positiva para el caso de calidad percibida.		
Referencia (tesis)	Liza C. & Siancas C. (2016) <i>Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016</i> . (Tesis de Magister) Perú: Universidad Privada del Norte		

Datos del antecedente Nacional: 3			
Título	Percepción de la calidad de servicio en el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil, sede central Lima, 2017	Metodología	
Autor	Chinchayán Alva, Ana Cecilia	Tipo	Básica
Año	2017	Enfoque	Cuantitativo
Objetivo	Determinar el nivel de percepción de la calidad de servicio en el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil, sede central Lima 2017.	Diseño	No experimental
Resultados	Luego de la encuesta aplicada en el estudio para determinar el nivel de percepción de calidad del servicio, sede central Lima, 2017, el nivel de satisfacción dio como resultado determinan que el 10,0% de los usuarios externos de trámite de duplicado del DNI en el Reniec se de central, Lima 2017 manifiestan que es regular la calidad de servicio, el 60,1% es buena la calidad de servicio y el 29,9% es muy buena la calidad de servicio	Método	Deductivo
		Población	1042
		Muestra	281
		Técnicas	Encuesta
Conclusiones	La determinación de la percepción de la Calidad de servicio en el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil en Lima demuestra que en general en los resultados determinan que el mayor porcentaje de la población encuestada dice que el servicio es regular, sin embargo se implementara procedimientos operativos para la mejora del proceso, y se espera que un 45% determine el servicio bueno.	Instrumentos	Cuestionario de actitudes
		Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo Tesis	Chinchayán (2017) realizó la tesis titulada <i>Percepción de la calidad de servicio en el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil, sede central Lima, 2017</i> , La investigación titulada: Percepción de la calidad de servicio en el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil, sede central Lima 2017, tuvo como objetivo determinar la percepción de la calidad del servicio en dicha entidad. La investigación fue de tipo básica, enfoque cuantitativo, de diseño no experimental de corte transversal, con método deductivo y el nivel fue descriptivo. La población estuvo conformada por 1,042 usuarios, la muestra fue 281 usuarios y el muestreo fue tipo probabilístico. Se empleó como técnica de recolección de datos la encuesta y el		

	<p>instrumento fue un cuestionario de actitudes tipo Likert, el cual fue validado mediante el juicio de expertos. La confiabilidad fue determinada haciendo uso del Coeficiente Alfa de Crombach, resultando 0.937, indicando que tiene alta confiabilidad. Los resultados hallados fueron el 10.0% de los usuarios externos de trámite de duplicado del DNI en el Reniec sede central, Lima 2017 manifestaron que es regular la calidad de servicio, el 60.1 % es buena la calidad de servicio y el 29.9% es muy buena la calidad de servicio.</p>
Redacción final al estilo artículo	<p>Chinchayán (2017) demostró que en general en los resultados determinan que el 10,0% de los usuarios externos de trámite de duplicado del DNI en el Reniec sede central, Lima 2017 manifiestan que es regular la calidad de servicio, el 60,1% es buena la calidad de servicio y el 29,9% es muy buena la calidad de servicio.</p>
Referencia (tesis)	<p>Chinchayán (2017). <i>Percepción de la calidad de servicio en el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil, sede central Lima, 2017</i>. (Tesis de Magister) Perú: Universidad César Vallejo.</p>

Datos del antecedente Nacional: 4			
Título	Calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018	Metodología	
Autor	Mayhuay Robles, Luis David	Tipo	Básico
Año	2018	Enfoque	Cuantitativo
Objetivo	Determinar el nivel de calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018	Diseño	No Experimental
Resultados	La investigación que trató acerca de la calidad de servicio, en relación al objetivo general que consintió en determinar el nivel de calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018, según los resultados de las encuestas realizadas a los usuarios de los resultados podemos apreciar que los usuarios an respondido mostrarse satisfechos en un 67.8% mientras que un 32.2% muestran insatisfacción, siendo sin embargo la satisfacción mayor.	Método	Inductivo
		Población	
		Muestra	75
		Técnicas	Encuesta
Conclusiones	La determinación de percepción de calidad concluyó; conforme la apreciación de los consumidores dada la magnitud confiabilidad, el 68.3% manifiestan encontrarse contentos con la prestación percibida y solamente un 31.7% muestran su descontento.	Instrumentos	Cuestionario
		Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo Tesis	Mayhuay (2018) realizó la tesis titulada <i>Calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018</i> , La presente investigación estudió la variable motivación laboral. Tuvo como objetivo general determinar la Calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018. La investigación realizada fue de enfoque cuantitativo, tipo básico de nivel descriptivo, diseño no experimental y de corte transversal. La población a la que se le encuesta a modo de censo estuvo conformada por 75 usuarios. La recolección de datos se llevó a cabo con la técnica de la encuesta y el instrumento fue un cuestionario, se levantó información sobre la variable en estudio, el instrumento de recolección de datos fue validado por juicio de expertos con un resultado de aplicabilidad, la confiabilidad se determinó mediante el coeficiente Alfa Cronbach cuyo valor fue 0,945 para expectativa y 0,967 para la percepción para la variable en estudio. De acuerdo con los resultados		

	estadísticos que se obtuvieron en relación al objetivo general, correspondientes al resumen total de dimensiones se puede apreciar un alto nivel de satisfacción, con un 67.8 % han expresado su satisfacción por el servicio recibido, y solo un 32.2 % expresan no encontrarse satisfechos con algunos elementos del servicio, asimismo se puede apreciar que las dimensiones calidad de respuesta y aspectos tangibles han alcanzado un mayor nivel de insatisfacción con 33.33 % y 38.67 % respectivamente, de lo cual se puede inferir que el nivel de percepción de los usuarios ha cubierto sus expectativas, esto nos indicaría que los usuarios se sienten seguros y satisfechos en los trámites realizados, es por ello que se presenta un índice alto en los resultados , con lo cual se demuestran que hay calidad del servicio.
Redacción final al estilo artículo	Mayhuay (2018) concluyo que conforme la apreciación de los consumidores en la calidad de servicio percibida en la empresa postales, el 68.3% manifiestan encontrarse contentos con la prestación percibida y solamente porcentaje pequeño se encuentra descontento.
Referencia (tesis)	Mayhuay (2018). <i>Calidad de servicio según percepción de los usuarios de la empresa de servicios postales del Perú S.A. sede central, Los Olivos. 2018.</i> (Tesis de licenciatura) Perú: Universidad César Vallejo

Datos del antecedente Nacional: 5			
Título	Cultura Organizacional y Calidad de Servicio en la empresa de transporte marítimo Maersk Line Perú, en Lima, en el 2018	Metodología	
Autor	Crisolo Maldonado, Marcia Mercedes Lazo Rojas, Elizabeth Melissa	Tipo	Correlacion al
Año	2018	Enfoque	Cuantitativo
Objetivo	Determinar la relación que existe entre cultura organizacional y la calidad de servicio en la empresa transporte marítimo Maersk Line Perú en Lima en el 2018.	Diseño	No experimental
Resultados	La relación existente entre cultura organizacional y calidad de servicio en la empresa de transporte marítimo Maersk Line Perú en Lima, se ha verificado que existe evidencia suficiente para concluir que existe relación significativa entre las variables cultura organizacional y accesibilidad y comunicación en la empresa Maersk Line Perú, 2018.	Método	Deductivo
		Población	
		Muestra	50
		Técnicas	Encuesta
Conclusiones	La relación existente entre la cultura organizacional y calidad de servicio en la empresa de Transporte. Queda determinada ya que existe entre cultura organizacional y la propuesta de la implementación de la gestión del conocimiento mejoraría tangiblemente en los futuros reportes de la empresa.	Instrumentos	Cuestionario
		Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo Tesis	Crisolo M. & Lazo E. (2018) realizó la tesis titulada <i>Cultura Organizacional y Calidad de Servicio en la empresa de transporte marítimo Maersk Line Perú, en Lima, en el 2018</i> , El objetivo que se logró en la presente investigación consistió en determinar la relación que existe entre cultura organizacional y calidad de servicio en el sector de transporte marítimo en la empresa Maersk Line Perú, en el distrito de Lima, en el año 2018. El tipo de investigación fue de enfoque cuantitativo y a un nivel correlacional; cuyo diseño fue descriptivo -correlacional no experimental, y transeccional. La técnica utilizada fue la encuesta, y el instrumento de recolección de datos fue el cuestionario estructurado, la población muestral censal estuvo conformada por 50 trabajadores y se realizó la operacionalización de variables y se consignaron los aspectos éticos de la investigación. Los resultados son: el 50% de encuestados		

	<p>optaron por la posición neutral en la variable cultura organizacional, el 52% decidieron por la posición neutral en la cultura burocrática, el 54% decidieron por la posición neutral en la cultura de clan, el 54% opinaron positivamente por la cultura emprendedora, el 56% afirmaron optar por posición neutral en la cultura de mercado, el 54% opinaron por la posición neutral en la calidad del servicio, el 68% decidieron por el nivel neutral referente a la capacidad del personal, el 62% indicaron por la posición neutral referente a la cortesía y amabilidad, el 66% adoptaron la posición neutral en relación a la credibilidad. Conclusión: Queda determinada la relación que existe entre cultura organizacional y calidad de servicio en el sector transporte marítimo en la empresa Maersk Line Perú, en el distrito de Lima, en el año 2018. Se concluye que existe correlación directa y significativa entre las variables.</p>
Redacción final al estilo artículo	<p>Crisolo M. & Lazo E. (2018) determinó la relación que existe entre cultura organizacional y calidad de servicio en el sector transporte marítimo en la empresa Maersk Line Perú, en el distrito de Lima, en el año 2018. Se concluye que existe correlación directa y significativa entre las variables</p>
Referencia (tesis)	<p>Crisolo M. & Lazo E. (2018). <i>Cultura Organizacional y Calidad de Servicio en la empresa de transporte marítimo Maersk Line Perú, en Lima, en el 2018.</i> (Tesis de licenciatura) Perú: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas</p>

Datos del antecedente internacional: 1			
Título	Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil	Metodología	
Autor	López Mosquera, Daniela Cecilia	Tipo	Correlacional Cuantitativo
Año	2018	Enfoque	Mixto
Objetivo	Determinar la relación de la calidad del servicio con la satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, a través de una investigación de campo para el diseño de estrategias de mejora del servicio al cliente.	Diseño	No experimental
Resultados	Se comprobó en relación de la calidad del servicio con la satisfacción al cliente del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil, Se pudo comprobar que existe una relación significativa positiva entre la calidad del servicio y la satisfacción al cliente,	Método	Inductivo
		Población	7280
		Muestra	365
		Técnicas	Encuesta
Conclusiones	En el estudio realizado al restaurant Rachy's de la ciudad de Guayaquil se permitió identificar los factores importantes en la calidad del servicio como son: respuesta inmediata, trato personalizado, instalaciones, maquinarias y equipos modernos. Y se permite demostrar que existen clientes satisfechos con las instalaciones, la comida, los equipos y la confiabilidad de parte del personal. Existen clientes insatisfechos en el restaurante Rachy's se evidenció que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido.	Instrumentos	Cuestionario
		Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo Tesis	López (2018) realizó la tesis titulada <i>Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil</i> , El presente trabajo de investigación, es un estudio de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. Actualmente han ido incrementando los restaurantes y esto lleva a un mercado que cada vez se pone más exigente, por esto las empresas tienen que siempre tener presente una evaluación de la calidad del servicio para poder tener clientes satisfechos. El objetivo principal de esta investigación es determinar la relación de la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes del restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil. La metodología de la investigación se basó en un enfoque mixto, en lo cuantitativo se seleccionó un modelo		

	<p>Servqual y la obtención de la información se la realizó a través de encuestas dirigidas a los clientes que consumen en el restaurante Rachy's encontrando los siguientes resultados: una insatisfacción con las dimensiones respuesta inmediata y empatía. Se pudo evidenciar que existe una correlación positiva entre la calidad de servicio y la satisfacción al cliente. Se realizó una investigación cualitativa por medio de entrevistas a profundidad para tener un mayor conocimiento de las variables de estudio y se pudo evidenciar falta de capacitación y motivación de parte de la empresa hacia el personal. Una vez conocido los hallazgos principales, se propone programas de capacitación y de calidad dirigidas al personal de servicio y con esto crear una ventaja competitiva dentro de la empresa.</p>
Redacción final al estilo artículo	<p>López (2018) evidenció que el personal de servicio no brinda un trato personalizado, no se encuentran capacitados y el restaurante cuenta con pocos empleados y esto hace que el servicio no sea rápido y se perciba insatisfacción en el servicio.</p>
Referencia (tesis)	<p>López (2018). <i>Calidad del servicio y la Satisfacción de los clientes del Restaurante Rachy's de la ciudad de Guayaquil</i>. (Tesis de Magister) Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.</p>

Datos del antecedente internacional: 2			
Título	Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro	Metodología	
Autor	Maggi Vera, Wendy Angelina	Tipo	Corelacional
Año	2018	Enfoque	Cuantitativo
Objetivo	Evaluarla afectación de la calidad en la atención brindada del servicio de emergencia pediátrica del Hospital General de Milagro sobre la satisfacción de los usuarios	Diseño	No experimental
Resultados	Para la evaluación de la calidad de servicio en el Hospital General de Milagro. La percepción de los usuarios y pacientes tiene un alto grado de importancia; ya que, esta variable es la que catapultará o perjudicará la imagen de un hospital dentro del mercado. La primera imagen de un hospital o empresa son sus colaboradores, la acción de los trabajadores es lo que producirá que los usuarios puedan generar comentarios positivos sobre la institución de salud.	Método	Deductivo
		Población	4950
		Muestra	357
		Técnicas	Encuesta
Conclusiones	De acuerdo a la revisión de la fundamentación teórica se concluyó que los hospitales orientados a la salud pública deben de realizar las gestiones necesarias internamente para que pueda brindar un servicio de excelencia, el cual pueda satisfacer todas las necesidades de los usuarios. Los hospitales deben cambiar su cultura organizacional y orientarla hacia la satisfacción del usuario; para que así, se pueda generar una interacción y confianza entre usuario y colaborador.	Instrumentos	Cuestionario
		Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo Tesis	Maggi (2018) realizó la tesis titulada <i>Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro</i> La calidad de la atención en los servicios de salud señala que es un tema de debate académico al existir diversos enfoques para su medición, su importancia es cada vez mayor por la alta demanda en salud que tienen los países. Ecuador dispone de una red de Hospitales Públicos, y tiene como política el brindar un servicio de calidad para garantizar la calidad de vida de los ciudadanos; por esta razón se realizó esta investigación. Objetivo: Evaluar el nivel de satisfacción del usuario con respecto a la atención y calidad brindada en los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro. La muestra fue de 357 representantes de los niños.		

	<p>Metodología: SERVQUAL consta de cinco dimensiones que son tangibilidad, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. El diseño de la investigación fue transversal analítico, la recopilación de datos se realizó en el Hospital General de Milagro en agosto de 2017. Resultados: Las dimensiones en donde existe insatisfacción de parte de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica en el Hospital General de Milagro fueron tangibilidad, fiabilidad, seguridad y empatía; mientras que capacidad de respuesta se consideró parcialmente satisfecho, ya que tanto expectativas como percepciones tuvieron bajas valoraciones. Propuesta: Las estrategias fueron garantizar la limpieza, evaluar las falencias del hospital, desarrollar indicadores de desempeño, el triaje Manchester y capacitar todo el personal. Conclusiones: Se conoció que el servicio no brinda la plena seguridad al paciente y la atención es deficiente con respecto a la calidez en el trato</p>
Redacción final al estilo artículo	<p>Maggi (2018) evidenció que el servicio no brinda la plena seguridad al paciente y la atención es deficiente con respecto a la calidez en el trato en la atención a los usuarios en el hospital de emergencias.</p>
Referencia (tesis)	<p>Maggi (2018). <i>Evaluación de la calidad de la atención en relación con la satisfacción de los usuarios de los servicios de emergencia pediátrica Hospital General de Milagro</i>. (Tesis de Magister) Ecuador: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.</p>

Datos del antecedente internacional: 3			
Título	Percepción de la calidad que tienen los usuarios sobre la atención que brinda la Unidad de Cuidados Intensivos del Hospital Nacional de Niños Dr. Carlos Sáenz Herrera, durante febrero y marzo del año 2016	Metodología	
Autor	Boza Orozco, Raquel Solano Castro, Evelin	Tipo	Exploratorio
Año	2017	Enfoque	Mixto
Objetivo	Analizar el grado de satisfacción desde la percepción del usuario, respecto a la atención en salud brindada, en la UCI-HNN durante los meses de febrero y marzo del año 2016.	Diseño	No experimental
Resultados	La percepción de los padres sobre la calidad de la atención, se puede concluir que la atención en la UCI HNN es de calidad en lo que respecta a los cuidados del usuario, sin embargo el abordaje a la familia presenta algunas debilidades principalmente en la calidez en el trato. No se cuenta con una evaluación de la calidad desde la perspectiva externa de una manera permanente en la UCI-HNN, que permita obtener la percepción de los padres sobre la satisfacción, indicador importante para conocer las expectativas del cliente, y que permite brindar una atención más integral.	Método	Inductivo
		Población	176
		Muestra	121
		Técnicas	Encuesta y observación
Conclusiones	Los indicadores de calidad utilizados en la actualidad en la UCI-HNN responden a especificaciones internacionales aprobadas y validadas mundialmente, muestran valores adecuados e incluso establecidos y aceptados otros países de primer mundo. • Los aspectos a los cuales los padres manifestaron insatisfacción son en su mayoría modificables y sin acarrear un costo económico, lo cual mediante un adecuado abordaje, cambios de conducta del personal e identificación con las necesidades de los paciente y sus familias pueden repercutir positivamente y mejorar la percepción de la calidad de la atención que se brinda en la UCI-HNN.	Instrumentos	Cuestionario
		Método de análisis de datos	

Redacción final al estilo Tesis	Boza R. & Solano E. (2018) realizó la tesis titulada <i>Percepción de la calidad que tienen los usuarios sobre la atención que brinda la Unidad de Cuidados Intensivos del Hospital Nacional de Niños Dr. Carlos Sáenz Herrera, durante febrero y marzo del año 2016</i> , Se presentó este estudio, como resultado del trabajo desarrollado como proyecto de graduación, requisito de la Maestría de Administración de Servicios de Salud de la Universidad Estatal a Distancia de las postulantes. La investigación tuvo como principal objetivo analizar la percepción de la calidad que tenían los padres de los niños ingresados en la UCI-HNN sobre atributos previamente establecidas por un cuestionario validado científicamente y utilizado el Reino Unido mostrando muy buenos resultados, dicho cuestionario recibe el nombre de EMPATHIC (EMpowerment of PArents in THE Intensive Care). Una vez seleccionada la población, se desarrolló una base de datos, y se escogió según los criterios de confiabilidad una muestra de 122 padres, quienes cumplían con los criterios de inclusión establecidos previamente. La investigación se desarrolló con la autoadministración del cuestionario para, posteriormente, procesar la información mediante el programa estadístico SPSS con el subsiguiente análisis de los resultados y la generación de gráficos. Entre los hallazgos obtenidos se encuentra que la UCI-HNN brindó una atención que, según perciben los padres, cumplió en la mayoría de los aspectos evaluados sus expectativas alrededor del cuidado de su hijo durante febrero y marzo del 2016. La atención en salud según los padres fue excelente en relación con la satisfacción de la Información recibida, ya que fue siempre oportuna, con una adecuada frecuencia, de un buen modo, lo suficientemente objetiva y de mucho valor para ellos.
Redacción final al estilo artículo	Boza R. & Solano E. (2018) Evidenció que la alta rotación del personal responde al salario bajo, a la insatisfacción con el puesto, la falta de capacitación, la falta de estímulo moral, pocas actividades recreativas, no hay libertad para la toma de decisiones, mala relación jefe-empleado y horario excesivo de trabajo.
Referencia (tesis)	Boza R. & Solano E. (2018). <i>Percepción de la calidad que tienen los usuarios sobre la atención que brinda la Unidad de Cuidados Intensivos del Hospital Nacional de Niños Dr. Carlos Sáenz Herrera, durante febrero y marzo</i> . (Tesis de Magister) Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.

Datos del antecedente internacional: 4			
Título	Estudio de la calidad del servicio y satisfacción del cliente de las agencias de viajes en puerto ayora, isla santa cruz”	Metodología	
Autor	Alava Pisco, Laura Gema Bastidas Cadena, Janier Alexandra	Tipo	Exploratorio
Año	2016	Enfoque	Cualitativo
Objetivo	Analizar la calidad de servicio de las agencias de viajes en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz, mediante la ejecución de encuestas que determinen el grado de satisfacción de los turistas	Diseño	No experimental
Resultados	Referente al análisis de calidad de servicio en las agencias de viaje ubicado en el Puerto Ayora, Isla Santa Cruz. Refiere que las agencias de viajes son el factor principal para adquirir un producto turístico. Debe iniciar por estudiar las expectativas y preferencias de los clientes con respecto a las diversas dimensiones de calidad del producto.	Método	
		Población	77619
		Muestra	68
		Técnicas	Encuesta y observación
Conclusiones	En las agencias de viajes en Puerto Ayora, Isla Santa Cruz las agencias de viajes son intermediarias de los servicios turísticos; estas deberán brindar un servicio de calidad, para que al momento de adquirir el producto el turista no tenga ningún tipo de disgusto o este al momento de terminar su paquete no haya cumplido con sus expectativas. Las agencias de viajes deberán adquirir conocimiento sobre el porcentaje de comisiones mediante talleres de capacitaciones.	Instrumentos	Cuestionario
		Método de análisis de datos	
Redacción final al estilo Tesis	Alava L. & Bastidas J. (2016) realizó la tesis titulada “ <i>Estudio de la calidad del servicio y satisfacción del cliente de las agencias de viajes en puerto ayora, isla santa cruz</i> ”, e habla de calidad en el servicio turístico, la presente investigación expone ambas caras del ejercicio de la actividad de agenciamiento ya que existe agencias responsables con los servicios que brinda y otras que solo empañan la imagen de destino, es por ello la necesidad de crear un manual que permita a los agentes de viajes mejorar sus atención al turista y estudiar y conocer la realidad del sitio o paquete ofrecido, pero sobretodo se enmarca en crear el escenario propicio para fortalecer la actividad y la calidad. La oportunidad que tienen las agencias de viajes locales es de interactuar directamente con el turista, acción clave para crear expectativas que deben ser basadas en		

	<p>la realidad del destino escogido. Cabe destacar que mucha de X la problemática detectada es por la competencia desleal entre agencias de viajes referente a los precios, propagandas y servicios, que no les permite crecer como empresa y tampoco como destino, ya que al abaratar los precios la demanda del servicio sube pero la calidad baja, creando la imagen más conocida como destinos de “low cost”, siendo las Islas Galápagos el sitio emblemático del Ecuador. A través de este estudio se pudo constatar incluso el desmedido crecimiento de las agencias de viajes en la provincia ya que hasta el año 2012 existían aproximadamente 80 agencias de viajes y actualmente superan las 100.</p>
Redacción final al estilo artículo	<p>Alava L. & Bastidas J. (2016) evidenció que deberán brindar un servicio de calidad, para que al momento de adquirir el producto el turista no tenga ningún tipo de disgusto o no haya cumplido con sus expectativas. Las agencias de viajes deberán adquirir conocimiento sobre el porcentaje de comisiones mediante talleres de capacitaciones.</p>
Referencia (tesis)	<p>Alava L. & Bastidas J. (2016). <i>Estudio de la calidad del servicio y satisfacción del cliente de las agencias de viajes en puerto ayora, isla santa cruz</i>. (Tesis de licenciatura) Ecuador: Universidad Central Del Ecuador</p>

Datos del antecedente internacional: 5			
Título	Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de esmeraldas desde la óptica del usuario	Metodología	
Autor	Morán Villafuerte, Gabriel	Tipo	Descriptivo
Año	2016	Enfoque	Mixto
Objetivo	Analizar la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas desde la óptica del usuario.		
Resultados	Esmeraldas es la entidad que maneja la competencia del servicio, pero existen muchos problemas por la falta de una buena administración institucional. Los problemas más relevantes que citaron los socios son: no existe buena comunicación entre municipio y organizaciones que prestan el servicio; se requiere personal experto en el tema y el municipio no lo tiene; falta señalización de las paradas y ordenanzas que exijan el cumplimiento de éstas por parte de choferes y usuarios; implementar diálogos entre las partes; que se realicen estudios y evaluaciones permanentes del servicio	Método	Inductivo
		Población	189504
		Muestra	399
		Técnicas	Encuesta
Conclusiones	En la ciudad de Esmeraldas, referente a la calidad de servicio del transporte urbano se midió la satisfacción de los usuarios y fue necesario consultarles cómo calificarían algunas variables del servicio recibido, es así que en relación al trato por parte de choferes y cobradores, el 95,82% está insatisfecho; referente a la comodidad y limpieza de unidades el 79,61% está insatisfecho; sobre el costo actual del servicio el 73,22% está satisfecho; en cuanto a la conducción de los buses el 78,63% está insatisfecho; y por último en relación al cumplimiento de rutas y frecuencias el 79,60% está satisfecho. De manera general los usuarios calificaron el servicio de transporte de buses como regular, malo, y muy malo en un 93,85%.	Instrumentos	Cuestionario
		Método de análisis de datos	

<p>Redacción final al estilo Tesis</p>	<p>Morán (2016) realizó la tesis titulada <i>Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de esmeraldas desde la óptica del usuario</i>. Se aplicó una encuesta que contenía diecinueve preguntas, a un total de cuatrocientas siete personas, en diferentes lugares de la localidad, considerando que tuvieran una edad de 15 años en adelante. La entrevista contenía diecinueve preguntas y fue aplicada a ocho directivos y socios de las cooperativas de buses urbanos que actualmente funcionan en Esmeraldas. El objetivo principal de este trabajo fue analizar la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de Esmeraldas, desde la óptica del usuario. Mediante los métodos científicos analítico y estadístico se logró estudiar la información para luego presentar los resultados mediante gráficos y tablas. Entre los principales resultados se evidencia el alto grado de insatisfacción de los usuarios del servicio de transporte en relación a las variables: “trato recibido de parte de choferes y cobradores” con el 95,82%, seguido de “comodidad y limpieza de los buses” con el 79,61%, y “conducción de los buses” con el 78,63% de insatisfacción. En lo relacionado al cumplimiento de rutas y frecuencias, el 79,60% está satisfecho, seguido del 73,22% que también lo está en lo que respecta al costo del servicio. Se revisaron varios estudios previos como artículos científicos, tesis y noticias nacionales; en ellos se muestra que otra variable importante al momento de medir la calidad del servicio de transporte es el impacto medioambiental, el cual no está siendo tomado en cuenta en Esmeraldas para la prestación de este servicio. Se evidencia xiii además que Cuenca es la ciudad más organizada a nivel nacional, en lo que respecta al servicio de transporte urbano de buses. Como conclusión principal se considera que la calidad del servicio de transporte urbano en Esmeraldas presenta múltiples deficiencias debido a la falta de evaluaciones al servicio en casi sesenta años de utilización, siendo el trato recibido por parte de choferes y cobradores la mayor queja que presentan los usuarios.</p>
<p>Redacción final al estilo artículo</p>	<p>Morán (2016) Se considera que la calidad del servicio de transporte urbano en Esmeraldas presenta múltiples deficiencias debido a la falta de evaluaciones al servicio en casi sesenta años de utilización, siendo el trato recibido por parte de choferes y cobradores la mayor queja que presentan los usuarios.</p>
<p>Referencia (tesis)</p>	<p>Morán (2016). <i>Análisis a la calidad del servicio de transporte urbano de buses en la ciudad de esmeraldas desde la óptica del usuario</i>. (Tesis de licenciatura) Ecuador: Pontificie Universidad Catolica del Perú.</p>

8. Matriz de método

Enfoque mixto				
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Redacción final
Roberto Hernández-Sampieri Christian Paulina Mendoza Torres	2018	Hernández-Sampieri y Mendoza (2018) Define que “los métodos mixtos o híbridos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos tanto cuantitativos como cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada (denominadas metainferencias) y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio”	El enfoque mixto, son un conjunto de procesos sistémicos de datos cualitativos así como cuantitativos y permiten analizar inferencias de toda la información recolectada del estudio de la investigación. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018)	El enfoque mixto, permite el tratamiento de la información crítica de la investigación tanto datos cualitativos como cuantitativos que permitirá brindar inferencias y conclusiones objetivas del estudio de la investigación. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018) Permitirá determinar calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la empresa manufacturera, de Lima; Usando los métodos mencionados podremos enfatizar y ubicar las falencias del servicio brindado.
Referencia:	(Hernández-Sampieri & Mendoza Torres, 2018)			

Sintagma: Holístico

Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Redacción final
Mario Tamayo	2006	Tamayo (2006) define que la investigación holística “Es una propuesta que presenta la investigación como un proceso global, evolutivo, integrador, concatenado, organizado, sucesivo. Considera las realidades de tipo social como totalidades y plantea que las realidades son estructuradas relacionadas en entre sí (dinámicas)”	La investigación holística se presenta como un proceso globalizado e integrador, que considera situaciones verídicas y distintas realidades sociales que son relacionadas entre sí permitiendo que la investigación sea evolutivo y sucesivo. (Tamayo, 2006)	<p>La investigación holística permite que la investigación sea globalizada y evolutiva. Es un proceso integrador, organizado permitiendo la formulación de nuevas realidades y futuras situaciones que se encuentran relacionadas entre si.(Tamayo, 2006)</p> <p>La conjugación de todos los conceptos y materias sustentadas en teorías que tienen diferentes enfoques generaran modelos y pondrán en prácticas nuevas teorías y soluciones.</p>
Referencia:	(Tamayo Tamayo, 2006)			

Nivel comprensivo				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Redacción final
Jacqueline Hurtado	2004	Hurtado (2004), define "El nivel comprensivo toca el campo de las explicaciones. El investigador ya no solo percibe características explícitas en el evento, o descubre aspectos menos explícitos, sino que establece conexiones entre diversos eventos, a partir de las cuales puede formular explicaciones. Las explicaciones le permiten al investigador anticipar situaciones y también planificar o desarrollar propuestas de transformación. En el nivel comprensivo se ubican los objetivos explicar, predecir y proponer". (p.37)	El nivel comprensivo permite al investigador poner en prácticas sus habilidades tanto cognitivas o psicológica y utilizarlas para establecer conexiones entre los distintos eventos y a partir de ellos formular distintas explicaciones. Estas explicaciones son el producto de toda una serie de niveles de comprensión desde el cómo hasta el porqué de las cosas.(Hurtado, 2004)	El nivel comprensivo permite al investigador utilizar todos sus sentidos tanto cognitivos como psicológicos para el desarrollo de nuevas hipótesis o formulaciones de diversas explicaciones en las investigaciones. Dichas explicaciones son el el producto de toda una serie de niveles de comprensión; desde el cómo, hasta el porqué de las cosas. (Hurtado, 2004) Este nivel proporcionara al investigador plantear sus hipótesis respecto al problema o causante del problema y así poder construir posibles soluciones en las distintas variantes de solución.
Referencia:	Hurtado J. (2004)			

Método: Deductivo				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Redacción final
César Augusto Bernal Torres	2006	Bernal (2006) el método deductivo “Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etcétera, de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.” (p.56)	El método deductivo es un método que permite concluir a partir de teorías, artículos, estudios, etcétera; los mismos son usados como base para resolver hipótesis de las investigaciones. Generalmente pasa de lo general a lo particular y son aplicados a conclusiones o hipótesis propuestas. (Bernal, 2006)	<p>Para aplicación del método deductivo en una investigación es necesario tomar como base teoremas, postulados de diversos autores, que son aplicados globalmente y que nos ayudaran a concluir hipótesis o conclusiones particulares. (Bernal, 2006)</p> <p>El método deductivo se aplica en las investigaciones a partir de postulados, teorías e investigaciones que sirven como base para aplicarlos en soluciones o hipótesis propuestas de las investigaciones.</p>
Referencia:	(Bernal Torres, 2006)			

Método: Inductivo

Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Redacción final
César Augusto Bernal Torres	2006	Bernal (2006) define que “Con este método se utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares aceptados como válidos, para llegar a conclusiones, cuya aplicación sea de carácter general. El método se inicia con un estudio individual de los hechos y se formulan conclusiones universales que se postulan como leyes, principios o fundamentos de una teoría. (p.56)”	El método inductivo es un método cuyo principio es la obtención de hechos particulares a conclusiones que son de origen general. Este método se origina de investigaciones particulares y se concluyen como postulados universales. (Bernal, 2006)	<p>Para la aplicación del método inductivo se realiza a través de hechos particulares y finalizan siendo postulados universales. Estas conclusiones postulan a ser investigaciones consideradas como leyes, fundamentos o teorías validas en toda investigación. (Bernal, 2006)</p> <p>Este método deductivo enfoca al investigador a realizar las muestras y estudios en el campo, mediante la observación y racionalización y formular conclusiones a través de ellas.</p>
Referencia:	(Bernal Torres, 2006)			

Población					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
Benjamín Hernández Blázquez	2001	Hernández (2001) “Población o universo se puede definir como un conjunto de unidades o ítems que comparten algunas notas o peculiaridades que se desean estudiar. Esta información puede darse en medias o datos porcentuales. La población es una investigación estadística se define arbitrariamente en función de sus propiedades particulares. Asimismo pueden definirse como familias, especies u órdenes de animales o plantas; también existen poblaciones sobre los colores y similares etc.” (p. 127)	La población es el conjunto de unidades particulares que comparten similitudes y se define como la investigación estadística de la investigación. (Hernández, 2001)	La población permite ser el grupo objetivo de investigación y este busca brindar datos estadísticos agrupados respecto a la problemática de la investigación; siendo esta los clientes de la Empresa WIN PERU SAC ubicado en el distrito de Chorrillos.	La población es el conjunto de unidades particulares que comparten similitudes y se define como la investigación estadística de la investigación. (Hernández, 2001). La población permite ser el grupo objetivo de investigación y este busca brindar datos estadísticos agrupados respecto a la problemática de la investigación; siendo esta los clientes de la Empresa WIN PERU SAC ubicado en el distrito de Chorrillos, Lima. (Hernández, 2001) Según lo anterior mencionado, se encuentra la muestra, es la selección de la población cuya validez permite darle los resultados a los estudios con ciertos criterios estadísticos. (Ferreira. 2006). La selección de la muestra en este proyecto serán los clientes de empresa WIN PERU SAC que permitirán la obtención de la información para la investigación a realizarse.
Número de colaboradores:	Trabajadores y clientes de la empresa WIN PERU SAC.				
Referencia :	(Hernández Blázquez, 2001)				

Muestra					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
Rejane Ferreira da Silva	2006	Ferreira (2006) “La muestra en estudios cualitativos es una de las claves de la investigación, y de ella depende, en gran parte, la validez de los resultados de un estudio. Ahora bien, la lógica del muestreo en los estudios cualitativos es totalmente diferente a la de los estudios cuantitativos. El muestreo no se realiza de forma probabilística, ni la muestra es representativa según criterios estadísticos.” (p. 43)	La muestra es la selección de la población cuya validez permite darle los resultados a los estudios con ciertos criterios estadísticos. (Ferreira. 2006)	La selección de la muestra en este proyecto serán los clientes de empresa WIN PERU SAC que permitirán la obtención de información para la investigación a realizarse.	Según lo anterior mencionado, se encuentra la muestra, es la selección de la población cuya validez permite darle los resultados a los estudios con ciertos criterios estadísticos. (Ferreira. 2006). La selección de la muestra en este proyecto serán los clientes de empresa WIN PERU SAC que permitirán la obtención de la información para la investigación a realizarse.
Número de colaboradores:		50 clientes de WIN PERU SAC.			
Referencia:		(Ferreira da Silva, 2006)			

Unidades informantes					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Descripción de cada unidad informante	Redacción final
	1981	IICA (1981) “Una Unidad Informante es todo elemento o unidad individual que conforma una población o universo definido para alcanzar los objetivos propuestos en la encuesta. No existe una definición standard para una Unidad Informante, pero generalmente un cuestionario debe ser llenado para cada Unidad Informante.”	Las unidades informantes es todo elemento que integra la población de la investigación y estas brindan información detallada del lugar a investigar, pueden ser: Empleados individuos que se puedan manejar información verídica. (IICA, 1981)	<ul style="list-style-type: none"> a) Clientes de WIN PERU SAC. b) Trabajadores de WIN PERU SAC. 	<p>Para el desarrollo de la investigación, son imprescindibles las unidades informantes, que es todo elemento que integra la población de la investigación y estas brindan información detallada del lugar a investigar, pueden ser: Empleados individuos que se puedan manejar información verídica. (IICA, 1981)</p> <p>Respetando líneas arriba, los entrevistados en el presente estudio para la obtención de información serán: Los clientes de WIN PERU SAC y los trabajadores del mismo.</p>
Número de Unidades Informantes:	3				
Referencia:	(Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 1981)				

Técnica: Encuesta

Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
Irene Delgado Sotillos	2012	Delgado (2012) define “La encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas o subjetivas de la población.(s.p)	La encuesta es una investigación que se realiza sobre una población o muestra de estudio amplio de la vida diaria , utilizando técnicas estandarizadas de preguntas con el objetivo de obtener respuestas cuantitativas de una variedad de peculiaridades objetivas o subjetivas de la población de estudio.(Delgado, 2012)	Este procedimiento podrá unir la información que se obtendrá de las respuestas de la población de estudio para poder estudiarla y llegar a una conclusión más exacta de la investigación la cual nos permitirá obtener con eficiencia resultados.	La encuesta es una investigación que se realiza sobre la población o muestra de estudio , utilizando técnicas adecuadas de preguntas con el fin de poder obtener respuestas cuantitativas de variedad de peculiaridades objetivas y subjetivas de la población de estudio.(Delgado, 2012)
Referencia:	(López Nieto & Delgado Sotillos, 2012)				

Instrumento: Cuestionario					
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
Francisca Abad García.	1997	Abad (1997) define “Un cuestionario, el conjunto de preguntas, preparadas cuidadosamente, sobre hechos y aspectos que interesan en una investigación, para su contestación por la población general o una muestra a la que se extiende el estudio emprendido.”(p.51)	El cuestionario es la agrupación de preguntas que están elaboradas a medida sobre sucesos que conciernen a la investigación , para la respuesta de la población general de estudio o la muestra de interés del investigador (Abad,1997)	De esta manera, la aplicación del cuestionario tendrá el propósito de obtener información alcanzando los objetivos del estudio llegando a conocer de manera enfática las interrogantes y poder tener una mejor indagación de la situación.	El instrumento cuestionario es la agrupación de preguntas que están elaboradas a medida sobre sucesos que concierne a la investigación, para la respuesta de la población o muestra que se esta estudiando.(Abad,1997)
Referencia:	(Abad García, 1997)				

Técnica: Entrevista

Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
Martin Packer	2018	Packer (2018) infiere que “La entrevista es un instrumento científico social que es neutro y confiable, análogo a una vara de medición. Es una conversación cotidiana, entonces evita la artificialidad de la entrevista convencional con el énfasis en el control y la estandarización, y es superior en su sensibilidad a las experiencias únicas y la subjetividad del entrevistado.” (p.69)	La entrevista es un instrumento objetivo y fiable. Es un dialogo cotidiano que evita eludir lo ficticio de la entrevista tradicional con el realce del control y la normalidad. Es mejor en su veracidad evitando lo subjetivo que pueda darse en el entrevistado. (citado por Packer, 2018)	Sin duda, esta herramienta permitirá que la investigación pueda ser objetiva y fiable, sin caer en lo cotidiano. Aportará en recibir información más efectiva y real para la investigación que se realiza, se podrá aclarar respuestas que no hayan sido claros y se obtenga datos válidos.	La entrevista es un instrumento objetivo y confiable. Es un dialogo que evita eludir lo abstracto para poder obtener respuestas concretas, claras y precisas. Se podrá aclarar interrogantes y es efectiva.(Packer,2018)
Referencia:	(Packer, 2018)				

Instrumento: Guía de entrevista					
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis	Redacción final
Humberto Ñaupas Paitán, Marcelino Raúl Valdivia Dueñas, Jesús Josefa Palacios Vilela, Hugo Eusebio Romero Delgado	2018	Ñaupas, Valdivia, Palacios & Romero (2018) infieren que “La guía de entrevista es el instrumento, la herramienta que sirve a la técnica de la entrevista, que consiste en una hoja simple no impresa, bien preparada, que contiene las preguntas a formular al entrevistado, en una secuencia determinada.”. (p.298)	La guía de entrevista es un instrumento bien elaborado no impresa que contiene preguntas exactas que serán dirigidas al entrevistado en una determinada sucesión. (Ñaupas, Valdivia, Palacios & Romero,2018)	De esta forma, este instrumento nos permitirá poder dirigirnos al entrevistado de una manera eficaz formulando preguntas exactas y correspondientes con el fin de obtener información precisa.	La guía de entrevista es un instrumento que sirve como técnica de la entrevista que debe ser bien realizado no impreso, con preguntas claras y concisas en una hoja simple , que serán dirigidas al entrevistado en una determinada secuencia. (Ñaupas, Valdivia, Palacios & Romero,2018)
Referencia:	(Ñaupas Paitán, Valdivia Dueñas, Palacios Vilela, & Romero Delgado, 2019)				