



**Universidad
Norbert Wiener**

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

Tesis

**“Implementación de un plan para mejorar la calidad del
servicio de mantenimiento y acabados de la empresa CZ
Group S.A.C. en el año 2019”**

**Para optar el título profesional de Licenciada en Administración y
Negocios Internacionales**

AUTORA

Br. Díaz Ramos, Zulema

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD

Economía, Empresa y Salud

LIMA - PERÚ

2019

**“Implementación de un plan para mejorar la calidad del
servicio de mantenimiento y acabados de la empresa CZ
Group S.A.C en el año 2019 ”**

Miembros del Jurado

Presidente del Jurado

Dr. Segundo Waldemar, Ríos Ríos

Secretario

Mg. Fernando Alexis, Nolazco Labajos

Vocal

Mg. Edil Fernando, Ramos Zamora

Asesora temática

Dr. Irma Milagros, Carhuancho Mendoza

Dedicatoria

La presente investigación está dedicada a la memoria de mi padre Roberto Díaz Cruz que en paz descanse, quien me enseñó que el trabajo duro y honrado trae recompensas, a mi familiar por haber sido mi apoyo a lo largo de toda mi juventud y carrera universitaria.

Agradecimiento

Al finalizar este trabajo quisiera dar las gracias a Dios por darme bendiciones para formarme como profesional, por ser mi apoyo en aquellos momentos difíciles de mi vida.

Agradezco a mis docentes de la Escuela de Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada Norbert Wiener por haber compartido sus conocimientos a lo largo de mi preparación profesional.

Al Ing. Melvin Roger Cava Culqui por haber compartido sus conocimientos para esta investigación.

Declaración de Autenticidad y Responsabilidad

Yo, **Díaz Ramos Zulema** identificada con DNI Nro. **47381917**, domiciliado en Calle Las Tortugas Mz. J6 Lt. 7 Urb. Cedros de Villa Chorrillos egresado(a) de la carrera **profesional de Administración y Negocios Internacionales** he realizado la Tesis titulada **“Implementación de un plan para mejorar la calidad del servicio de mantenimiento y acabados de la empresa CZ Group S.A.C. en el año 2019”** para optar el título profesional de Licenciada de Administración y Negocios Internacionales, para lo cual Declaro bajo juramento que:

1. El título de la Tesis ha sido creado por mi persona y no existe otro trabajo de investigación con igual denominación.
2. En la redacción del trabajo se ha considerado las citas y referencias con los respectivos autores.
3. Después de la revisión de la Tesis con el software Turnitin se declara 9% de coincidencias.
4. Para la recopilación de datos se ha solicitado la autorización respectiva a la empresa u organización, evidenciándose que la información presentada es real.
5. La propuesta presentada es original y propia del investigador no existiendo copia alguna.
6. En el caso de omisión, copia, plagio u otro hecho que perjudique a uno o varios autores es responsabilidad única de mi persona como investigador eximiendo de todo a la Universidad Privada Norbert Wiener y me someto a los procesos pertinentes originados por mi persona.

Firmado en Lima el día 12 de agosto del 2019.



Díaz Ramos, Zulema
DNI 47381917

Presentación

Señores miembros del jurado:

Cumpliendo con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Norbert Wiener con el objetivo de optar por el título de Licenciada de Administración y Negocios Internacionales, se presenta la investigación titulada “Implementación de un plan para mejorar la calidad del servicio de mantenimiento y acabados de la empresa CZ Group S.A.C. en el año 2019”, el estudio tiene como finalidad mejorar la calidad en el servicio como: Tiempo en las atenciones de trabajos preventivos y correctivos, comunicación, seguimiento y control de los trabajos de campo, mediante un equipo de trabajo llamado Rapid Team, implementación de un módulo de seguimiento y comunicación a través de la página Web de la misma empresa, formar alianzas estratégicas con proveedores de equipos y herramientas para trabajos en altura y de gran magnitud.

La Investigación está dividida en seis capítulos, organizados de la siguiente manera: En el Capítulo I, corresponde al problema de investigación donde se determina la identificación y formulación del problema, de la misma manera se establecen los objetivos, en el capítulo II, se define el marco teórico en el cual se describen teorías referentes a las subcategorías apriorísticas y subcategorías emergentes a través de instrumentos y técnicas. En el capítulo III, se detalla los métodos investigativos es decir los procedimientos de trabajo, se determina la población y muestra del estudio a tratar, en el capítulo IV pertenece a resultados y discusión, se describe el análisis cualitativo, cuantitativo y mixto de la investigación, en el capítulo V, se determina la conclusión sobre el estudio realizado y también se describen las sugerencias en cuanto a la investigación realizada y finalmente en el capítulo VI, se detalla todas las referencias o bases de apoyo respecto a teorías que fueron de aporte para el estudio.

El estudio se desarrolló a través de la empresa CZ Group que está ubicada en el distrito de Chorrillos, es importante resaltar que la empresa lleva cinco años en el rubro de servicios de mantenimiento y acabados para locales comerciales como, restaurantes y cafeterías del departamento de Lima y otras ciudades del Perú.

Mediante la autorización de la empresa se pudo contactar a los locales comerciales donde presta su servicio y a través de este proceso se obtuvo la información para nuestro análisis cuantitativo. Asimismo, se logró conseguir las entrevistas a los supervisores de zona, de los clientes de la empresa CZ Group, para la recopilación de datos del análisis cualitativo.

Finalmente aguardo que el desarrollo del estudio sea de gran aporte y valorada por los lectores. Asimismo, las apreciaciones y críticas se contemplen de forma justa y cooperen a enriquecer la presente investigación.

Índice	Pág.
Miembros del Jurado	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Declaración de Autenticidad y Responsabilidad	vi
Presentación	vii
Índice	ix
Índice de tablas	xii
Índice de figuras	xiii
Índice de cuadros	xv
Resumen	xvi
Abstract	xvii
Introducción	xviii
CAPITULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	19
1.1 Problema de investigación	20
1.2 Formulación del problema	20
1.2.1 Problema general	21
1.2.2 Problemas específicos	21
1.3 Justificación	21
1.3.1 Justificación teórica	21
1.3.2 Justificación metodológica	22
1.3.3 Justificación práctica	23
1.4 Limitaciones	23
1.5 Objetivos	23
1.5.1 Objetivo general	23
1.5.2 Objetivos específicos	23
CAPITULO II MARCO TEÓRICO	24
2.1 Sustento teórico	25
2.2 Antecedentes	26
2.3 Marco conceptual	30

	Pág
2.4 Empresa	40
2.4.1 Descripción de la empresa	40
2.4.2 Marco legal de la empresa	42
2.4.3 Actividad económica de la empresa	42
2.4.4 Información tributaria de la empresa	44
2.4.5 Información económica y financiera de la empresa	44
2.4.6 Proyectos actuales	45
2.4.7 Perspectiva empresarial	45
CAPÍTULO III MÉTODO	46
3.1 Tipo, nivel y método	47
3.2 Categorías y subcategorías apriorísticas	48
3.3 Población, muestra y unidades informantes	49
3.4 Técnicas e instrumentos	49
3.5 Procedimiento	51
3.6 Análisis de datos	52
CAPÍTULO IV RESULTADOS y DISCUSIÓN	53
4.1 Descripción de resultados	54
4.2 Propuesta	84
4.2.1 Fundamentos de la propuesta	84
4.2.2 Problemas	85
4.2.3 Elección de la alternativa de solución	85
4.2.4 Objetivos de la propuesta	87
4.2.5 Justificación de la propuesta	87
4.2.6 Desarrollo de la propuesta	88
4.3 Discusión	102
CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS	105
5.1 Conclusiones	106
5.2 Sugerencias	107
CAPÍTULO VI REFERENCIAS	108
6.1 Referencia bibliografía	109
ANEXOS	113

	Pág
Anexo 1: Matriz de consistencia.	114
Anexo 2: Matriz de causa efecto para definir el problema	115
Anexo 3: Problema, objetivo, hipótesis	118
Anexo 4 : Matriz Problema, objetivo, hipótesis	119
Anexo 5 : Matriz de teorías	121
Anexo 7 : Construcción de la categoría problema	165
Anexo 8 : Matriz del método	166
Anexo 9 : Población, muestra y unidades informantes	169
Anexo 10 : Técnicas e instrumentos	171
Anexo 12 : Análisis de datos	173
Anexo 13 : Evidencia de la propuesta	175
Anexo 14 : Instrumento cuantitativo	184
Anexo 15 : Instrumento cualitativo	186
Anexo 16 : Base de Datos	187
Anexo 17 : Transcripción de las entrevistas	188
Anexo 18 : Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos	192
Anexo 20 : Evidencia de la visita a la empresa	198
Anexo 211 : Artículo de investigación	200

Índice de tablas	Pág.
Tabla 1. Categorías y subcategorías	48
Tabla 2. Fiabilidad por experto del instrumento cuantitativo.	50
Tabla 3. Confiabilidad del instrumento	51
Tabla 4. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría Fiabilidad.	54
Tabla 5. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría Capacidad de Respuesta.	55
Tabla 6. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría Seguridad.	57
Tabla 7. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría de Empatía.	58
Tabla 8. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría Elemento Tangibles.	60
Tabla 9. Pareto de la categoría Calidad en el Servicio de Mantenimiento y Acabados en la Empresa CZ Group S.A.C., Lima 2019.	62

Índice de figuras	Pág.
Figura 1. Ubicación	41
Figura 2. Misión y Visión	41
Figura 3. Organigrama de la empresa CZ Group S.A.C	42
Figura 4. Servicios que presta la empresa CZ Group S.A.C.	43
Figura 5. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub Categoría Fiabilidad.	54
Figura 6. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría Capacidad de Respuesta.	56
Figura 7. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub Categoría Seguridad	57
Figura 8. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría empatía.	59
Figura 9. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub Categoría Elementos tangibles.	61
Figura 10. Pareto de la categoría Calidad en el Servicio de Mantenimiento y Acabados en la Empresa CZ Group S.A.C., Lima 2019.	63
Figura 11. Análisis de la sub-categoría Fiabilidad.	64
Figura 12. Análisis de la sub-categoría Capacidad de Respuesta.	65
Figura 13. Análisis de la Sub-Categoría Seguridad.	67
Figura 14. Análisis de la sub-categoría Empatía.	69
Figura 15. Análisis de la sub-categoría Elementos tangibles.	70
Figura 16. Análisis de la sub-categoría Interacción humana.	72
Figura 17. Análisis de la sub-categoría Desarrollo empresarial.	74
Figura 18. Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría de Fiabilidad.	76
Figura 19. Conclusión mixta correspondiente a la Sub-Categoría Capacidad de Respuesta.	77
Figura 20. Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría Seguridad.	79
Figura 21. Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría de Empatía.	80
Figura 22. Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría elementos tangibles.	81
Figura 23. Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría emergente Interacción Humana.	82

	Pág.
Figura 24. Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría emergente Desarrollo Empresarial.	83
Figura 25. Producto N° 1 Servicio Rapid Team	91
Figura 26. Diagrama de Gantt N° 2	95
Figura 27. Producto N° 3	96
Figura 28. Producto N° 4	97
Figura 29. Producto N° 5	101
Figura 30. Producto N° 5	101

Índice de cuadros	Pág.
Cuadro 1. Estado de cuenta de ganancias y perdidas	44
Cuadro 2. Alternativa de solución	86
Cuadro 3. Propuesta número 1	88
Cuadro 4. Presupuesto N° 1	89
Cuadro 5. Plan de contingencia N° 1	89
Cuadro 6. Dama de Gantt N° 1	90
Cuadro 7. Producto N° 2 Comercialización de productos	92
Cuadro 8. Propuesta N° 2	93
Cuadro 9. Propuesta N° 2	94
Cuadro 10. Plan de contingencia N° 2	94
Cuadro 11. Propuesta N° 3	98
Cuadro 12. Presupuesto N° 3	99
Cuadro 13. Plan de contingencia N° 3	99
Cuadro 14. Diagrama de Gantt N° 3	100

Resumen

El presente estudio de investigación tiene como objetivo la implementación de un plan para reducir el tiempo, mejorar la comunicación, seguimiento y control en las atenciones del servicio de mantenimiento y acabados de la empresa CZ Group S.A.C en el año 2019, considerando las necesidades de los clientes y el crecimiento de la demanda por el servicio, aprovechando la era tecnológica, modernizando los servicios de manera práctica y eficiente.

El estudio se realizó mediante la metodología holística, a través del enfoque mixto, de tipo proyectiva, con un nivel comprensivo, usando el método inductivo y deductivo. La población para nuestro análisis cuantitativo se consideró encuestas a los gerentes de 30 tiendas entre restaurantes y cafeterías de la ciudad de Lima, para nuestro análisis cualitativo se tomó en cuenta entrevistar a 4 supervisores de tienda que están a cargo del mantenimiento y acabados de las tiendas del cliente.

Los problemas detectados en la investigación son los siguientes a) demora en las atenciones de trabajos preventivos y correctivos, b) falta de comunicación sobre los problemas que generan contra tiempos en las labores de campo y c) carencia de equipos y herramientas para trabajos de gran magnitud, para solucionar los problemas se plantearon tres alternativas de mejora que son: 1.- Implementación de personal técnico llamado “Rapid Team” para atender trabajos preventivos de menor esfuerzo 2.- Implementación de un módulo de seguimiento y comunicación mediante la página Web de la empresa, 3.- Formar alianzas estratégicas con proveedores de equipos y herramientas para trabajos en altura y de gran magnitud.

Palabras claves: Calidad del servicio, mejora de la calidad, comunicación y elementos tangibles.

Abstract

The present research study is aimed at the implementation of a plan to reduce the time, improve communication, monitoring and control in the attentions of the finishes of the company CZ Group S.A.C in 2019 and maintenance, considering the needs of customers and the growth of demand for the service, taking advantage of the technological era, modernizing the services of a practical and efficient way.

The study was conducted using the holistic methodology, through the joint approach, projective type, with a level of comprehensive, using inductive and deductive method. The population for our quantitative analysis was considered surveys to managers of 30 shops and restaurants and cafes of the city of Lima, for our qualitative analysis took into account interview 4 shop supervisors who are in charge of the maintenance and customer shops finishes.

The problems detected in the investigation are the following a) delay in the attentions of preventive and corrective work, b) lack of communication about the problems that generate against times in the work of field and c) lack of equipment and tools for works of great magnitude, to solve the problems raised three alternatives of improvement which are: 1. implementation of technical staff called "Rapid Team" to meet preventive work of least effort 2.-implementation of a tracking module and communication through the company's website, 3.-form strategic alliances with suppliers of equipment and tools for works in height and of great magnitude.

Key words: Quality of service, improving quality, communication, and tangible items.

Introducción

La calidad en los servicios hoy en día cumple un rol muy importante en las empresas, ya que a través de esta estrategia podemos percibir la satisfacción de los servicios prestados. En el rubro de mantenimiento y acabados combinado con la alta demanda de edificaciones van de la mano para lograr un objetivo en común. Por un lado, las empresas constructoras exigen seguridad, calidad y garantía para sus clientes, por otro lado, las empresas de servicios buscan crecer cada día en el mercado competente, pero no toman en consideración los principios básicos de un servicio de calidad. Es por ello que, muchas empresas no tienen mucha permanencia en el mercado.

Esta investigación consta de seis capítulos:

Capítulo I: Corresponde al problema de investigación donde se determina la identificación y formulación del problema, de la misma manera se establecen los objetivos.

Capítulo II: Se define el marco teórico en el cual se describen teorías referentes a las subcategorías apriorísticas y subcategorías emergentes a través de instrumentos y técnicas.

Capítulo III: Se detalla los métodos investigativos es decir se detallan los procedimientos de trabajo, se determina la población y muestra del estudio a tratar, categorías y subcategorías.

Capítulo IV: Pertenece a resultados y discusión, se describe el análisis cualitativo, cuantitativo y mixto de la investigación,

Capítulo V: Se determina la conclusión sobre el estudio realizado y también se describen las sugerencias en cuanto a la investigación realizada

Capítulo VI: Se detalla todas las referencias o bases de apoyo respecto a teorías que fueron de aporte para el estudio.

CAPITULO I
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Problema de investigación

1.2 Formulación del problema

Cada vez los mercados y/o consumidores a nivel nacional e internacional se han vuelto más demandantes por servicios como: Gasfitería, electricidad, cerrajería, pintura, albañilería, etc., necesidades que son primordiales para cualquier espacio ya sea de uso industrial, comercial o doméstico.

Los servicios de mantenimiento son una pieza fundamental para las empresas modernas, cada vez es más indispensable para el funcionamiento de un negocio comercial o industria generando a esta excelencia y armonía en sus actividades o vivencias.

Cuando los servicios de mantenimiento satisfacen las necesidades o requerimientos de locales comerciales como: cafeterías, restaurantes, tiendas por departamento, el trabajo interno de sus colaboradores se entorna de manera eficiente al tener un espacio cálido para el desempeño de sus labores y a la misma vez generan una perspectiva moderna al cliente.

Asimismo, La Cámara de Comercio de Lima (2018) manifestó sobre el rubro de servicios generales en el Perú, ha ido en crecimiento, en el año 2018 la ocupación en mano de obra fue de 6,5 millones calculados a nivel nacional. Pero este crecimiento trae consigo la informalidad en el rubro muchas de las personas trabajan por cuenta propia sin un seguro de vida, esta informalidad asciende a 58.5% (Cámara de Comercio, 2018).

El rubro de servicios generales es un gran terciario que ha generado grandes y mayores puestos de trabajo aportando al desarrollo de la economía peruana, pues su intervención en el mercado provee de servicios necesarios a diferentes lugares geográficos del Perú, asimismo satisface aquellos requerimientos o problemas dentro de una empresa, industria o domicilio.

En CZ Group S.A.C., se identificó que las herramientas y/o cualidades no son apropiadas para alcanzar la excelencia en la calidad de la prestación de sus servicios, puesto que la satisfacción del cliente no es percibida al 100%. Los determinantes que originan este problema son los siguientes aspectos: Existe demoras en las atenciones sobre todo en trabajos correctivos, la empresa centra más sus esfuerzos en trabajos emergentes y deja de lado los trabajos de gran magnitud, debido a que carecen de personal técnico, también se determinó que, las herramientas y/o equipos eléctricos que son indispensables para la ejecución de cada labor no están siendo renovadas o teniendo sus mantenimientos continuos y necesarios. En muchas ocasiones, han tenido fallas en media labor nocturna perjudicando el avance de los trabajos. Por otro lado, la falta de equipos y herramientas (grúa telescópica y andamios certificados) de altura, impide el crecimiento en otras actividades, puesto que, la empresa ha tenido que limitarse a realizar algunas labores como pintura y limpieza en fachadas. Asimismo, para el apoyo administrativo y control de los trabajos es importante registrarlo bajo un sistema informático que permita llevar el seguimiento adecuado de cada orden de trabajo (OT). Finalmente, es necesario que la empresa invierta en un vehículo adicional para poder llegar a tiempo oportuno a cada tienda y se pueda cumplir con todas las solicitudes.

1.2.1 Problema general

¿Cómo mejorar la calidad en el servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group S.A.C., Lima 2019?

1.2.2 Problemas específicos

¿Cómo es la calidad del servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group S.A.C., Lima 2019?

¿Cuáles son los factores de mayor incidencia en la calidad del servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group S.A.C., Lima 2019?

1.3 Justificación

1.3.1 Justificación teórica

La teoría de la calidad total, permitió identificar todos aquellos problemas que pueda tener la empresa, en entorno a la calidad de la prestación de sus servicios, y fue punto de partida para proponer los planes de mejora, como: Herramientas o estrategias que permitieron el desarrollo en los trabajos de campo y administrativos de la empresa.

Por otro lado, la teoría de sistemas como fundamento de la calidad integral, ayudó a proponer, planes y herramientas de contingencia para solucionar los problemas evitando que estos se amplíen por todas las áreas y puedan generar un problema global, pues nuestra propuesta es contrarrestar las anomalías que puedan existir a fin de obtener soluciones de largo plazo y cambios integrales.

En cuanto a la teoría de las necesidades, fue importante para analizar las formas o tipos de incentivos que proporciona la empresa hacia sus empleados, es decir, si se encuentran capacitados y recompensados al esfuerzo que atribuyen en cada labor. Asimismo, a través de la teoría de la contingencia se pudo analizar los planes actuales y ante las necesidades de cambios, permitió realizar las mejoras en el listado de alternativas de solución ante cualquier inconveniente de la empresa.

Mediante la teoría de la calidad pudimos proponer mejoras tecnológicas, que ayuden en los tiempos de atención y evitar quejas de los clientes, también se pudo efectuar una comunicación e información muy fluida, la misma que permitirá llevar un control y seguimiento de cada actividad o los problemas que puedan surgir dentro de las labores.

1.3.2 Justificación metodológica

Por lo tanto, nuestra investigación fue desarrollada mediante la metodología holística, a través de un proceso completo, que permitió trabajar de manera detallada la información combinando dos enfoques cuantitativo y cualitativo, el cual facilitó identificar, clasificar y procesar para entender de una manera fácil el problema real de la investigación.

Permitió la mejora en la calidad del servicio, resolviendo los problemas internos y externos, como: La coordinación con los clientes, el tiempo de atención e implementación de algunas herramientas, para la eficiente ejecución de los trabajos en el tiempo oportuno. Asimismo, alcanzar la expansión de la cartera de clientes en el menor tiempo posible.

1.3.3 Justificación práctica

En cuanto a la investigación fue fundamental porque se identificó todas las anomalías que presenta la empresa al momento de prestar un servicio, a fin, de proponer un plan de mejora para el cumplimiento oportuno de las actividades logrando una satisfacción total de los clientes.

Con los resultados se pudo desarrollar estrategias y aplicarlas dentro de la empresa para lograr un cambio, que sirve como herramienta para el crecimiento de esta. También, se pudo identificar todos los problemas y dificultades que impiden el crecimiento de la empresa y a base de esto se propuso estrategias que permitan un cambio total.

1.4 Limitaciones

En el presente trabajo de investigación, se tuvieron limitantes en la obtención de información, puesto que, hay escasa información en internet relacionada con el tema, no hay mucha información virtual que sea gratuita, y otro factor importante es el tiempo, ya que somos personas que contamos con un horario de trabajo, motivo por el cual, no podemos acceder al centro de información de la universidad (biblioteca).

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo general

Proponer estrategias para mejorar la calidad en el servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group S.A.C, Lima 2019.

1.5.2 Objetivos específicos

Analizar la calidad del servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group S.A.C, Lima 2019.

Explicar los factores de mayor incidencia en la calidad del servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group S.A.C., Lima 2019.

CAPITULO II
MARCO TEÓRICO

2.1 Sustento teórico

Teoría de la calidad total

Según Deming citados en Cuatrecasas (2012) manifiesta que, para la productividad dentro de una empresa o determinada área se requiere diseñar nuevos procesos que conlleven a la reestructuración en la mejora de la calidad, para el logro de la satisfacción de sus clientes, el liderazgo es un pilar importante en el desarrollo de estas, pues si los gerentes de una empresa se comprometen con esto el resultado será la ganancia absoluta y total dentro de la organización. Fue de apoyo para identificar los problemas de la empresa, respecto a las labores de campo y administrativos; y se analizó que estas no lograban alcanzar la excelencia total en la prestación de sus servicios.

Teoría de sistemas como fundamento de la calidad integral

Conforme Mercado (1997) manifiesta que los problemas dentro de una empresa deben de resolverse de manera cuidadosa, ya que primero se deben identificar las áreas que se relacionan con el problema, para luego buscar estrategias que ayuden a solucionar y garanticen una respuesta definitiva y global dentro de la empresa. Permitted identificar aquellas áreas o roles que son causantes de los problemas de la empresa, de tal modo que a raíz de estas se planteó estrategias, soluciones o herramientas que garanticen la mejora en las atenciones y así mismo resulte una solución integral y definitiva.

Teoría de las Necesidades

Según Maslow (1954-1987) mediante esta teoría podemos apreciar que para los colaboradores de la empresa no solo basta los incentivos económicos, sino que, estos sean reconocidos socialmente dentro de la organización, es decir, formando parte de un grupo laboral donde puedan desarrollar sus capacidades o liderando ciertos objetivos de trabajo, que ayuden en su desarrollo psicológico y emocional, de esta manera se sientan identificados con la empresa. A través de la teoría se identificó si el personal realmente se encuentra motivado económicamente y emocionalmente, incentivos que sirven de aporte en la eficiencia y desarrollo de las actividades de la empresa, para el logro de las atenciones oportunas en el servicio que presta la empresa CZ Group.

Teoría de la contingencia

A partir de esta teoría podemos definir que las organizaciones y su funcionamiento para el crecimiento depende del ambiente externo, es decir, si una empresa desea ser moderna en cuanto a tecnología, deberá adquirir tecnología, y así sus productos o servicios serán más eficientes y muestren opciones competitivas que le permitan su desarrollo en el medio externo. Asimismo, las estructuras de objetivos organizacionales siempre deben tener un plan A, B y C para cada emergencia o problema, que pueda surgir en el proceso y/o desarrollo (Dill, et al., Citados en Sierra, 2019).

Permitió para apoyarnos en el análisis interno y externo de la empresa que se investiga, se identificó exactamente cuáles son las acciones que toma la compañía en cuanto al comportamiento interno según la influencia del ambiente externo, como contrarrestar aquellas dificultades o problemas, que surgen dentro de sus labores.

Teoría de la calidad

Conforme Crosby citado en Miranda, Chamorro & Rubio (2007) el autor considera que las empresas que prestan servicios, del 100% de su personal no está abocado a realizar las labores correspondientes o a seguir el cronograma de trabajo para el cumplimiento diario, si no a corregir o rehacer las cosas, verificar las transacciones o pedir disculpas por algún error cometido del resto de personal, de esto se apoya para su teoría cero defectos, mediante esta teoría una empresa puede plantear una política de prevención para lograr un servicio sin errores. Permitió para identificar si la empresa cuenta con un plan de prevención, que le permita seguir una serie de pasos en la prestación de sus servicios, que no surjan reclamos o quejas de sus clientes en cada atención, de esta manera ahorrará recursos y tiempo.

2.2 Antecedentes

Gaitán (2017) desarrolló una tesis llamada. *Proyecto de mejora de servicio al cliente en la Empresa Distribuciones AC SAS*. Su propósito fue mejorar el servicio de atención al cliente dentro de la empresa con la finalidad de tener un cambio económico y siendo esta una estrategia en el mercado, para este estudio, la metodología utilizada fue de tipo básico, considerando un enfoque mixto, se propuso tres posibles soluciones que permitan mejorar

el servicio de atención al cliente una de aquellas es la herramienta árbol de decisiones, que permitirá tener una visión más clara de los objetivos de la empresa. Asimismo, como logro obtenido es proponer un plan en las actividades del personal para que mejoren el servicio de atención al cliente, de tal manera se pueda reflejar en un servicio rápido y oportuno satisfaciendo las necesidades del cliente y logrando posicionarse y la misma vez permanecer en el mercado.

Blasco & Oltra-Badenes (2015) planteó un estudio sobre la *Mejora del proceso de la gestión del cambio normal en una compañía de servicios de TI*, en este estudio el objetivo es identificar los procesos de gestión que garanticen los cambios dentro de la compañía de servicios de tecnología de la información, el estudio que abordo es proyectiva, teniendo un enfoque cualitativo, bajo un diseño experimental, como resultado de la investigación los integrantes del equipo de estudio plantearon un cambio en la visión general de los procesos documentados, a fin de abreviar las descripciones de cualquier proceso de trabajo y presentarlo mediante una imagen.

Salazar & Cabrera-Vallejo (2016) en su artículo publicado a través de la revista redalyc.org, presentan un estudio sobre *Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador*, proponiendo como objetivo evaluar la apreciación de la calidad de servicio en el curso de los procesos administrativos por parte de los estudiantes de dicha universidad, el estudio fue de manera descriptiva, cuantitativa, experimental y aplicada, a los estudiantes que integran la referida Universidad, se obtuvo como muestra para el estudio 347 participantes, utilizando las técnicas de recolección de datos como la encuesta y el cuestionario de preguntas como instrumento, en los resultados del estudio se determinó que hay diferencias entre lo que esperan los estudiantes del servicio y lo que reciben, conllevando a una conclusión promedio común con un puntaje de 3.35% de acuerdo a las respuestas de los estudiantes. También se analizó las brechas según el modelo SERVQUAL, donde se detalló que las dimensiones sobre los elementos tangibles, generó mayor percepción entre los estudiantes diferente a la capacidad de respuesta que obtuvo baja percepción por los participantes, Asimismo se concluye que la calidad de servicio de la universidad no es la suficiente para la satisfacción de los estudiantes.

Espinosa (2018) realizó una investigación sobre *Calidad en el servicio de los establecimientos de alimentos y bebidas del Municipio de Escárcega, Campeche*. El estudio tiene como objetivo el análisis sobre la calidad del servicio en los locales comerciales de restaurantes como; cafeterías y cantinas en la ciudad de Escárcega, Campeche, mediante la metodología de tipo, descriptivo, cualitativo, no experimental a dichos establecimientos de referida ciudad, teniendo como muestra la clasificación por cada tipo de negocio de allí se escogió para el estudio, utilizando la encuesta como técnica y un cuestionario de preguntas que sirvieron para la recolección de información, a través de la herramienta SERVQUAL y Superf para el análisis de datos, mediante el estudio se determinó que la calidad no va de acorde con lo que el cliente percibe y obtiene a cerca de los servicios por estos locales comerciales, se concluye que la percepción del cliente sobre los servicios es débil y su puntuación es de 0.119 que no amerita a buena calidad por ende la satisfacción de los clientes es baja.

Serafin (2016) en su trabajo de investigación desarrolló el tema sobre *Atributos relevantes de la calidad en el servicio y su influencia en el comportamiento post-compra. El caso de las hamburgueserías en España*. Dentro de sus objetivos es investigar aquellos atributos notables de la calidad en el servicio de restaurantes de comida rápida (hamburgueserías). Mediante este estudio se pudo determinar que existen dos grupos, aquellos que le prestan atención a la información nutricional del producto, los cuales aportaron que la calidad del servicio es buena logrando (0.685) a diferencia del otro grupo que le presta atención a la información nutricional y que añadieron que la calidad del servicio es buena. No obstante, los grupos que no le prestan atención a la información nutricional toman en consideración las características del producto, es decir, si los productos son grandes y sabrosos. Existe un segundo factor que es la intervención del personal sobre el producto, para los clientes que no toman en cuenta la información nutricional el trato del personal es disconforme, por lo tanto, existe una baja calidad en el servicio, pero, para las personas que le prestan atención a la información nutricional consideran muy buena la atención de los empleados. Se concluye que los atributos en la calidad del servicio de este tipo de restaurantes los clientes consideran cuatro dimensiones (producto, infraestructura, personal de atención y rapidez en la atención). Por lo cual es importante que los directivos de los locales comerciales manejen una cadena de

suministros que se provean de buenos insumos, por ejemplo, las piezas del pollo o el tipo de harinas y llevar el control de todos los procesos en la elaboración de cada platillo.

Rodríguez (2018) abordó un estudio sobre. *Plan de mejora de la calidad de servicio en Starbucks con sede en el C.C. Jockey Plaza, Lima 2018*. El objetivo de este estudio fue plantear un cambio en la atención al cliente en el local de cafetería, con la finalidad de obtener una mejora en la calidad del servicio. Asimismo, con este plan permite beneficiar al local comercial mediante una nueva proposición de diversificación de productos y la creación de una nueva cartilla de menú o pedidos, a fin de obtener mayor rentabilidad en cada uno de sus productos vendidos. También propone una capacitación a los colaboradores ya que estos son los que dan la cara al cliente y deben tener un conocimiento óptimo en las labores, el cliente debe tener una percepción cálida del servicio.

Fernández & Ramírez (2017) realizaron un trabajo fundamentado en una. *Propuesta de un plan de mejoras, basado en gestión por procesos, para incrementar la productividad en la empresa distribuciones A&B*. El presente estudio tiene como objetivo, proponer un plan de mejora en los procesos para el incremento de la producción dentro de la empresa. La metodología que abordó para este estudio es aplicada (cualitativo), aplicando todas las herramientas para la obtención de información se determinó, que en el año 2016 específicamente en los meses de abril y mayo la productividad ha ido en decadencia, esto ha generado un impacto en la gestión de las ventas puesto que no había otro método de suplir la demanda. Asimismo, la causa de los problemas en producción fue porque hay muchos equipos con desperfectos que impiden agilizar la productividad, también se verificó que no hay cotizaciones previas para realizar un comparativo o ajuste antes de comprar cualquier producto o insumo.

Suárez (2016) a través de su artículo realizó un estudio sobre *Nivel de calidad del servicio aplicando el modelo SERVQUAL en el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao*. Dentro del objetivo de estudio era determinar si el modelo SERVQUAL demostraría la satisfacción de la calidad del servicio sobre la institución

descrita. La metodología de investigación tomada fue de tipo descriptiva, considerando un enfoque mixto, la población para el estudio fue a través de los estudiantes de los cursos como inglés, portugués e italiano, el resultado obtenido en referido estudio ha sido que las dimensiones de la herramienta SERVQUAL influyen para determinar la calidad del servicio. De tal manera se concluye que la herramienta SERVQUAL es importante para analizar la calidad del servicio y a partir de aquello poder realizar planes de mejora en la institución.

Pérez (2017) mediante su investigación *Implementación de herramientas de control de calidad en MYPES de confecciones y aplicación de mejora continua PHRA*. Con el objetivo de medir el bajo nivel de calidad de las MYPES en sus procesos y a partir de aquello implementar mejoras en las empresas del rubro textil para la exportación, la investigación llevada a cabo fue aplicada a una empresa MYPE de confecciones, 18 trabajadores, mediante el cual se aplicó un Test a través de órdenes de fabricación, llegando al resultado y conclusión de lograr reducir las mermas y correcciones en los procesos de un 27.6% a 20.4% como resultado del método propuesto, enfocándose en el área de confecciones se pudo reducir el nivel de errores o correcciones motivo por el cual surge un incremento en la productividad, Asimismo se pueden determinar beneficios para la empresa exportadora como reducción en horas hombre y los gastos que puedan incurrir como materiales o insumos, finalmente la empresa tendrá como resultado una producción eficiente.

2.3 Marco conceptual

Calidad en el servicio

Podemos comprender que en la prestación de un servicio lo sustancial e importante es alcanzar un nivel de excelencia, ya sea en la mano de obra del personal o en las herramientas que permiten desarrollar determinada labor. Asimismo, todas las características permitan satisfacer las necesidades de los clientes (Gronroos citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 2005). Sirvió de apoyo para identificar los problemas que pueda tener la empresa, respecto a las labores de campo y saber si estas lograrán alcanzar la excelencia total en la prestación de sus servicios.

Permite tener otro enfoque de la calidad, según este autor llama a la calidad como el conjunto de características en el desarrollo de un determinado servicio o producto, cuyos atributos deben contener diferentes estándares de excelencia que permitan la satisfacción total del cliente (Drucker citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 2005). Es importante porque se determinó los atributos que aplica la empresa al momento de ejecutar una labor o servicio y se vea reflejado en la satisfacción del cliente.

Según Ishikawa citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, (2005) expresa que para obtener calidad en un bien o servicio debemos aplicar ciertos estándares de calidad o control en todos los procesos o transformación, para generar resultados o productos con niveles de excelencia que satisfagan al cliente o consumidor final.

A través de este concepto se identificó que la empresa solo tiene un documento de conformidad que aplica para medir o controlar la calidad del servicio después de haber concluido las labores, documento que no es tan importante porque luego surgen reclamos, ya que la mejor opción para validar la calidad en el servicio es tener una supervisión constante de cada labor realizada, de tal manera que se logren ejecuciones con cero reclamos.

El autor manifiesta que se debe trabajar bajo ciertas características o necesidades del cliente o usuario, es decir aplicar herramientas al uso diario de las tareas dentro de la organización, a fin de tener productos o servicios terminados con altos niveles de satisfacción (Juran citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 2005).

Facilitó para crear planes en la productividad y en los tiempos de atención, ya que este punto era su talón de Aquiles de la empresa, el 60% del personal estaba enfocado a realizar labores emergentes dejando de lado los trabajos mayores y de gran presupuesto, también fue de apoyo para buscar herramientas que ayuden a mejorar la comunicación e indagar por agentes estratégicos que ayuden a proveer herramientas y equipos tecnológicos para los trabajos de altura.

Manifiesta que la calidad es identificar todas aquellas necesidades del cliente o usuario que se plasman con las capacidades que una empresa puede poseer para la producción o

ejecución de un determinado bien o servicio, logrando la satisfacción total del cliente (Deming citado en la revista de ciencias administrativas y sociales, 2005).

Cuyo tema fue de ayuda para identificar y analizar las capacidades de la empresa, se pudo determinar que carecen de algunos recursos como son: la mano de obra y herramientas o equipos que no satisficían para el cumplimiento de todas las actividades requeridas por el cliente.

Fiabilidad

Druker manifiesta, para que una empresa sea verídica en el mercado, debe estar en toda la capacidad de ofrecer un servicio confiable, que puede ser demostrado mediante el conocimiento o experiencia de las personas que atenderán el servicio, demostrando fiabilidad en todo momento, es decir desde que los clientes consumen o adquieren el producto o servicio (Druker citado en la revista INNOVAR, 2005). Se pudo determinar que el personal de la empresa transmite confianza y cuenta con los conocimientos para ejecutar las labores,

Este autor expresa que la fiabilidad es aquella aptitud, para desarrollar un servicio y cumplir o satisfacer con lo prometido de manera fiable y cuidadosa (Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR, 2005). Se verificó que el servicio que presta la empresa, se ejecuta de manera fiable y cuidadosa, mediante estas aptitudes se han logrado algunas ventajas en el mercado, como la recomendación de boca a boca.

La RAE manifiesta que fiabilidad es el resultado o probabilidad de un buen servicio o funcionamiento ejecutado o por ejecutar (Real Academia Española, 2018). Se indagó las probabilidades de un funcionamiento en la prestación de los servicios, que comprende una satisfacción al 50%.

Pérez describe que fiabilidad trata que un activo o el sistema de una empresa no falle por un periodo determinado, es decir no surjan fallas mientras se atiende el servicio (Pérez, 2019). Se detectó que la empresa tiene reclamos cuando no atiende un servicio,

pues la baja mano de obra impide la prontitud en las atenciones, la falta de un sistema también imposibilita la rápida comunicación de los trabajos ejecutados o por ejecutar que sean plasmados mediante un informe fotográfico. Asimismo, los trabajos ejecutados que depende de un archivo de carga también llegan demasiado tarde y no van de acuerdo con el rendimiento de los supervisores de zona.

La fiabilidad es el reflejo probable de un producto o servicio, se contemple un buen funcionamiento adecuado dentro de su periodo determinado de lo contrario generara fallas o problemas (Garvin, 1987). Se pudo determinar que el funcionamiento de la empresa contempla fallas en las atenciones de cada servicio.

Capacidad de respuesta

Peter nos explica que la capacidad de respuesta es aquella habilidad de poder atender las solicitudes de los clientes en el tiempo oportuno, asimismo mostrándose accesible para la organización que requiere el servicio, generando confianza y factibilidad para seguir vendiéndole. (Druker citado en la revista INNOVAR, 2005). Se constató que la empresa investigada no atiende sus compromisos en el tiempo oportuno. Por ende, no satisface las necesidades de sus clientes.

Los autores manifiestan, que la capacidad de respuesta, es aquel tiempo oportuno que una determinada empresa le brinda su cliente, con el objetivo de resolver una solicitud de manera rápida (Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR, 2005).

McGurgun nos detalla que la capacidad de respuesta es aquella habilidad de una empresa para mantener a los clientes en el tiempo, a través de la atención a sus requerimientos o consultas que contribuyan a las satisfacciones de sus necesidades, de tal manera no haya intención por consultar a otros competidores (McGurgun, 2019). Asimismo, se pudo investigar que la empresa se esmera por satisfacer a todos sus clientes, pero su capacidad ejecutora no lo permite, por la misma razón que algunas tiendas consideran trabajos limitados para la empresa.

Los autores explican que la capacidad de respuesta, es brindar a los clientes lo que necesitan, lo que quieren o supuestamente desean en el tiempo más rápido que cualquier otro proveedor o persona los haya atendido, con la finalidad de sacar ventaja y mostrarse como una empresa que garantiza la satisfacción de sus clientes (Conforme Meehan & Dawson citado en la revista Chron, 2002). Se encontró que el tiempo de espera de los clientes es demasiado, en muchas ocasiones son trabajos emergentes y la imagen y funcionalidad de la tienda depende del proveedor y este no esta para cubrir aquellas solicitudes.

McGurgan en este otro concepto nos revela que, cuando una empresa tiene como prioridad la capacidad de respuesta con el cliente, surgirán muchas oportunidades para tener contento a ese cliente, asimismo, los problemas o quejas respecto al servicio disminuyen (McGurgan, 2019). Se reconoce dentro de todas sus prioridades de la empresa la que más prevalece es la coordinación con el personal y no se enfoca mucho por satisfacer a los clientes.

Seguridad

En cuanto a seguridad Drucker nos manifiesta que, es aquella confianza profunda que un determinado cliente posee para depositarlo en manos de un proveedor, con la finalidad, que este, lo resuelva de la mejor manera posible. (Drucker citado en la revista INNOVAR, 2005). Se percibió que el nivel de confianza que los clientes poseen y depositan en la empresa es muy elevado, ya que no cuentan con muchas observaciones al momento de la ejecución, es decir realizan los trabajos en perfectos acabados.

En este concepto Drucker manifiesta que las empresas deben mostrar preocupación por las necesidades y los intereses de sus clientes, en tal sentido, generaran un sentimiento de confianza y credibilidad, logrando la plena satisfacción de la organización en su conjunto (Drucker citado en la revista INNOVAR, 2005). Se identificó que la empresa y los trabajadores muestran, credibilidad, confiabilidad y honestidad al momento de la ejecución de los trabajos de campo, ya que es una empresa que se queda cargo del locatario en horarios nocturnos.

Como los autores lo expresan, una empresa es considerada segura cuando comprende ciertos puntos como: La inexistencia de peligros que conlleven a desarrollar sus actividades sin temor alguno, riesgos que vayan contra su salud y bienestar físico y finalmente no debe surgir dudas, que motiven a cometer errores (Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR, 2005). Se verificó que la empresa cuenta con todos los lineamientos para la seguridad laboral y evitar los riesgos en el trabajo.

En este concepto los autores también expresan sobre la seguridad, son los conocimientos y la atención que prestan los empleados a su habilidad por generar credibilidad y confianza a sus clientes (Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR, 2005). Se analizó el nivel de conocimientos que tienen los empleados de la empresa para desarrollar los trabajos de campo, dando como resultado un nivel de 95% eficiente.

En este contexto el autor manifiesta sobre la seguridad en las organizaciones, es el nivel de conocimiento y prevención para evitar cualquier riesgo laboral que afecte las actividades del personal (Revilla, 2014). Se verificó que los procedimientos de control o prevención ante cualquier eventualidad de riesgo que interrumpa las labores del personal, son bien específicos y cuentan con los lineamientos de seguridad.

Empatía

Para que la empresa pueda ser empática con sus clientes, primero debe estar dispuesta a conocer y manejar muy bien las necesidades de cada uno de ellos, a su vez, ofrecer un servicio cuidadoso y personalizado, la cortesía es importante pero no suficiente, ya que depende mucho la seguridad de los individuos involucrados (Druker citado en la revista INNOVAR, 2005). Se afirma que los trabajadores de la empresa, están dispuestos y tienen la seguridad de atender un requerimiento o necesidad del cliente, incluyendo la cortesía y el respeto.

En cuanto a empatía los autores nos detallan, las empresas deben mostrar interés y atención individualizada en cada servicio que ofrece, considerando criterios como: Accesibilidad al servicio o producto, comunicación entre ambos involucrados, proveedor-cliente y mucha comprensión ya que este punto es la clave para que vuelva a repetir la compra (Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR,2005). El nivel de interés que añade el personal de la empresa en cada labor que ejecutan es alto, demuestran mucha empatía y respeto hacia el personal de las tiendas o usuarios finales, esa cortesía ha generado que la empresa sea solicitada por algunos clientes.

Mande detalla que la empatía es aquella capacidad que poseen las personas que están dentro de una empresa u organización, para lograr comprender y compartir los sentimientos o necesidades del cliente (Mande, 2019). Se pudo indagar que el personal de la empresa a la que estamos investigando realmente se pone en el zapato de sus clientes, cuando estos, presentan una dificultad o problema.

Leonard manifiesta sobre empatía, el personal de atención al cliente de una empresa debe absorber la emoción de los clientes, que permita o conlleve a una negociación en lugar de quejas, es decir que el problema se convierta en una negociación en favor de ambas partes (Leonard, 2019). Se percibió como la empresa soluciona las quejas de sus clientes, estas se convierten en una negociación en favor de ambas partes.

describe que la empatía en una empresa debe darse con capacitaciones constantes a los equipos de atención al cliente, con el objetivo de disminuir la insatisfacción y retener a los consumidores, generando una posición de ganar-ganar. (Leonard, 2019). Se investigó que la empresa no proporciona capacitaciones constantes al personal, pero siempre hay reuniones mensuales que motivan para mejorar la atención de sus servicios.

Elementos tangibles

Drucker nos revela que la intangibilidad de un servicio no se puede registrar bajo inventario, pero existe otra forma de reconocer y es a través de la utilización del 100% de su capacidad, de no ser utilizada se perdería y se desaprovecharía los recursos (Drucker citado en la revista INNOVAR, 2005). La empresa está utilizando el 100% de su capacidad, permitiendo utilizar al máximo sus recursos y tratando de cumplir con las tareas y los objetivos diarios.

Para los autores la tangibilidad son aquellos recursos que pueda poseer la empresa como: Infraestructura, herramientas, equipos y personal, bienes que le permiten a la empresa tener una apariencia ante el medio externo (Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR, 2005). Se determinó que la empresa no cuenta con todas las herramientas, equipos y personal que impide tener una imagen ante sus clientes.

En cuanto a tangibilidad los autores transmiten que, son las particularidades del desarrollo de las actividades y también son aquellas características de diseño o imagen que son percibidas por los clientes al momento de adquirir o comprar un producto o servicio (Mollá, Berenguer, Gómez, & Quintanilla, 2014). Se identificó algunas características sobre el servicio que presta la empresa y como lo perciben los clientes, como, por ejemplo: La empresa brinda un servicio en buenas condiciones de acabados y con precios accesibles al mercado.

Chías nos describe que la tangibilidad en un producto puede medirse a través de las proporciones o beneficios que puede poseer este, es decir, tamaño, diseño, envase o los ingredientes que puede contener. De diferente manera nos manifiesta sobre la tangibilidad en el servicio, se puede catalogar como el nivel de tangibilidad que llevan a cabo cada requerimiento o prestación (Chías citado en Mollá, 2014). Se analizó el grado de tangibilidad y se aproxima a un 50%.

La AEC detalla que la tangibilidad es el valor que la empresa da a los elementos tangibles como la ubicación, los equipos informáticos o la tecnología que pueda tener, los conocimientos y el personal (Asociación Española para la calidad, 2003). Se comprobó que la empresa no cuenta con las herramientas tecnológicas que le imposibilitan desarrollar sus actividades de forma eficiente, sobre el personal podemos afirmar que cuentan con los conocimientos para la ejecución de las labores de campo.

Interacción Humana

Gronroos especifica que la empresa debe mantener a sus clientes informados sobre cualquier eventualidad que pueda surgir, a través de formas o medios que puedan entender

el problema que conlleva a la comunicación (Gronroos citado en la revista INNOVAR, 2005). Se identificó que la comunicación entre proveedor y cliente es baja porque no se realizan informes fotográficos del antes y después de las labores culminadas, conllevando a cubrir garantías innecesarias o que no están dentro de las labores a ejecutar.

Moya describe que la interacción humana es el conjunto de tareas similares que se dan mediante determinado trabajo o acontecimiento, a través del cual se puede recolectar información que puede ser base para otros acontecimientos. (Moya, 2006). Se determinó todos los problemas que conllevan a una mala comunicación entre los empleados y clientes de la empresa, como, por ejemplo: No contar con un informe previo de trabajo a ejecutar.

Los autores manifiestan, la existencia de una interacción se da cuando hay un emisor y un receptor, es decir cliente - proveedor o trabajador – empleador, por medio de este se trasmite mensajes, acontecimientos o problemas que puedan contraer una labor (Fernández & Fernández, 2017). Se reconoció el proceso de comunicación de los equipos de campo cuando acontece un problema dentro de las labores, el proceso es demasiado tardío, como, por ejemplo: Una interrupción municipal debe ser informada a tiempo, no esperar llegar hasta la instalación de la empresa para emitir un informe, cuando mediante un módulo instalado en el celular de contacto se podría evidenciar las interrupciones incluyendo imágenes de la situación.

Los autores detallan que es muy importante que exista una buena interacción dentro de una organización, mediante este proceso se puedan desarrollar o resolver actividades con mensajes entendibles y de manera fácil (Fernández & Fernández, 2017). Se determinó que el nivel de comunicación de la empresa con sus empleados y clientes no es de manera entendible e instantánea.

La interacción externa según los autores, son todas aquellas notas con contenido relevante de la empresa, dirigidos al cliente o personal de la organización con el fin de

mejorar algún suceso o tarea pendiente (Fernández & Fernández, 2017). Se analizó el nivel de comunicación externa obteniendo como resultado un 45% de efectividad

Desarrollo empresarial

Para los autores el desarrollo empresarial, es aquella estrategia que utilizan las empresas o empresarios para implementar tecnología en la organización (herramientas, equipos y sistemas) con la finalidad de adecuarse en el mercado y contrarrestar las demandas del producto o servicio, permitiendo lograr una ventaja competitiva, abriendo nuevas carteras de clientes (Varela & Bedoya, 2006). Se determinó que la empresa tiene como objetivo invertir en equipos o herramientas tecnológicas que le permitan desarrollar trabajos más eficientes, pero su inversión es a largo plazo y la implementación es necesaria para cubrir las demandas.

Los autores también nos describen que el desarrollo empresarial son inversiones que la empresa realiza, con el fin de mejorar su capacidad industrial o corporativa, siendo estos los recursos que servirán de apoyo para generar mayores beneficios a la empresa o industria (Varela & Bedoya, 2006). Se indagó sobre los recursos que posee la empresa, dentro de aquello, podemos especificar las unidades vehiculares que tiene para la movilización de sus herramientas, equipos y personal que suman a su crecimiento, también se pudo verificar los recursos que carece, como son: la grúa telescópica y los andamios certificados o estructurados que impide el desarrollo de sus actividades de gran magnitud.

Por otro lado, OverBlog nos manifiesta que el desarrollo empresarial es la evolución entre empresario y personal, ambos individuos confortan conocimientos, ideas, capacidades y aptitudes que aportan a la buena utilización de los recursos de la empresa, imagen, marca y la innovación de los productos o servicios (OverBlog, 2011). Se determinó cuáles son las estrategias que plantea la empresa para generar valor en las actividades que realizan, para el crecimiento mensual o anual, una de ellas es asociarse con empresas de láminas, vidrios y pintura.

Royo nos dice que el desarrollo empresarial no es solo proponer cambios en las actividades o en la empresa, se trata de aumentar estrategias que permitan generar valor a la compañía o al crecimiento de esta, la progresión del negocio se verá cuando exista una restauración (Royo, 2014). Se pudo investigar que la empresa paga horas extras a sus trabajadores para motivar el esfuerzo que realizan en cada labor, con la finalidad de lograr las tareas semanales según cronograma de trabajo.

Mejias refiere sobre el desarrollo empresarial es la mejora que la empresa logre a lo largo de su funcionamiento, se puede conseguir a través de la alimentación al conocimiento del personal, mediante capacitación y estrategias de innovación donde los empleados demuestren sus habilidades, con la finalidad de obtener mejores resultados para la compañía (Mejias, 2019). Se investigó que la empresa mide su rendimiento mensual a través de reuniones con sus equipos de trabajo, donde los mismos jefes hacen ver los errores al personal para que no se vuelvan a cometer, pero es necesario capacitar mediante expertos.

2.4 Empresa

2.4.1 Descripción de la empresa

CZ Group S.A.C. como pequeña sociedad inicia sus actividades en el año 2014 y a la fecha tiene una actividad laboral de 5 años en el mercado nacional, brindando los servicios de mantenimiento y acabados a restaurantes y cafeterías categorizados como 5 y 4 tenedores.

Debido a la ola del boom de la gastronomía en nuestro país, muchas de las empresas como franquicias y restaurantes de propiedad nacional y extranjera han expandido sus actividades a nivel nacional, con el cual, la demanda de trabajo se ha incrementado en el sector de servicios de mantenimiento, llevando a la empresa a expandir sus servicios en la atención a provincias en las ciudades de: Ica, Asia, huacho, Huancayo, Huánuco y Pucallpa.

Ubicación

CZ Group S.A.C tiene como domicilio fiscal Calle: Las Tortugas Mz. J6 Lt. 7 Urbanización Cedros de Villa en el distrito de Chorrillos.



Figura 1. Ubicación

Fuente: Elaboración propia (2019)

Misión y Visión

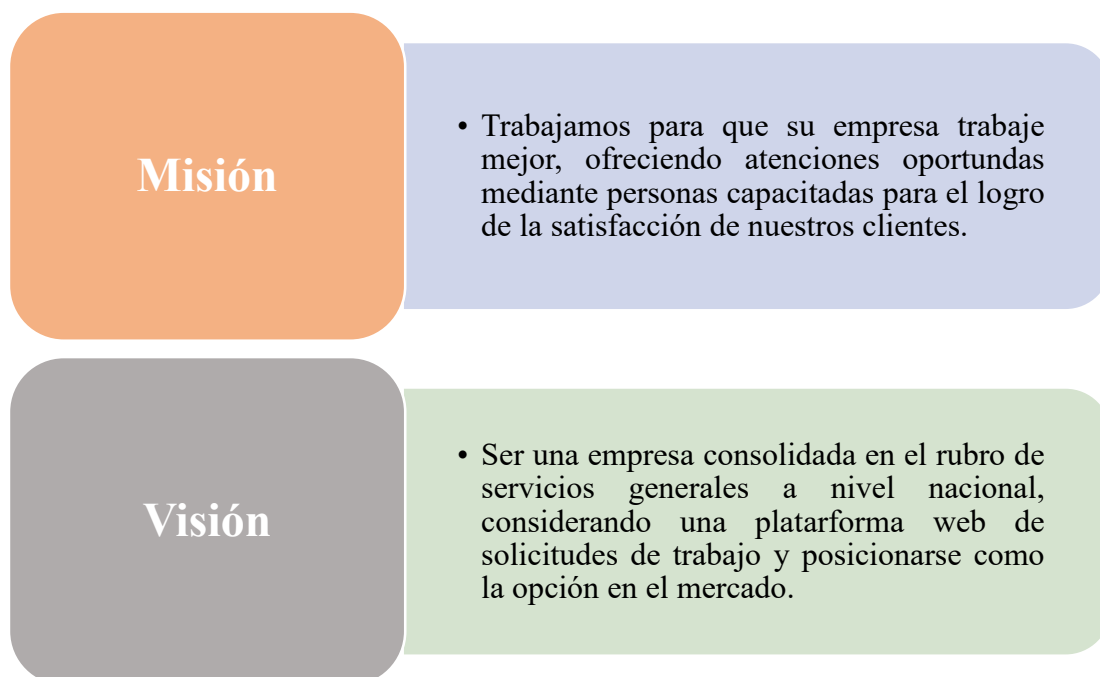


Figura 2. Misión y Visión

Fuente: Elaboración propia (2019)

Organigrama Jerárquico

Diagrama de la Organigrama Jerárquico de CZ Group S.A.C

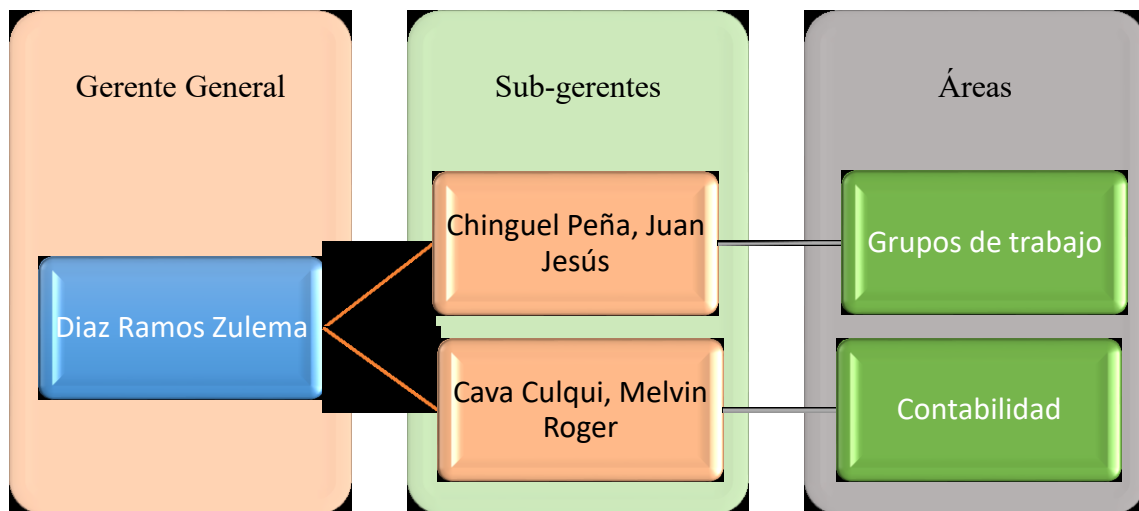


Figura 3. Organigrama de la empresa CZ Group S.A.C

Fuente: Elaboración propia (2019)

2.4.2 Marco legal de la empresa

A nivel legislativo de orden nacional la fundación de la sociedad CZ Group S.A.C. se encuentra en la Ley General de Sociedades (Ley 26887).

Muchas de las empresas constituidas en el Perú son empresas de tipo familiar y deben cumplir los requisitos de la Ley General de Sociedades. Asimismo, es importante que la sociedad esté constituida con un capital social que les permita ejercer sus primeras actividades en el mes. Y esta ley tiene la característica que se ajusta a las condiciones personales de los socios de CZ Group S.A.C.

2.4.3 Actividad económica de la empresa

CZ Group S.A.C. se dedica a la prestación de servicios de mantenimiento y acabados, enfocado en cadenas de restaurantes y cafeterías de Lima metropolitana y provincias, muchos de ellos se ubican en centros comerciales y otros en las ciudades del Perú como: Ica, Asia, huacho, Huancayo, Huánuco y Pucallpa.

Servicios que brinda

Los servicios que brinda la empresa en cada trabajo que se realiza incluyen: materiales, herramientas, mano de obra y movilización del almacén – punto de trabajo - almacén.

Descripción de los Tipos de Servicio	
Trabajos en tabiquería de drywall.	
Trabajos en pintura de paredes, techos, rejas y puertas metálicas; madera entre otros.	
Reposiciones de mamparas de vidrio, cambio de espejos e instalación de láminas en vidrio y espejos.	
Fabricación de muebles en melamine y madera.	

Figura 4. Servicios que presta la empresa CZ Group S.A.C.

Fuente: Elaboración propia (2019)

2.4.4 Información tributaria de la empresa

CZ Group S.A.C. Se acoge al régimen general de las ventas por ser persona jurídica, el cual lo obtuvo al inicio de sus operaciones, y para cumplir con esto debe efectuar los siguientes pagos o aportaciones:

- ✓ Impuesto general a las ventas (IGV): 18% de sus ventas mensuales.
- ✓ Impuesto a la renta (29.5% anual) que es amortizado de forma mensual a una tasa de 1.5% de los ingresos netos.
- ✓ Seguro de salud (ESSALUD), a la empresa le corresponde abonar el 9% por contar con 10 colaboradores en la planilla.

2.4.5 Información económica y financiera de la empresa

CZ GROUP S.A.C.	
ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS AL 31 DE DICIEMBRE DE 2018	
* SOLES *	
INGRESOS OPERACIONALES:	
Ventas Netas (Ingresos Operacionales)	1,021,578.82
Otros Ingresos Operacionales	12,191.18
Total Ingresos Brutos	1,033,770.00
COSTO DE VENTAS:	
Costo de Ventas (Operacionales)	-50,939.00
Otros Costos Operacionales	-
Total Costos Operacionales	-50,939.00
UTILIDAD BRUTA	982,831.00
Gastos de Ventas	-826,321.22
Gastos de Administración	-10,718.35
Ganancia (Pérdida) por Venta de Activos	-
Otros Ingresos	-
Otros Gastos	-26,450.84
UTILIDAD OPERATIVA	119,341.59
Ingresos Financieros	-
Gastos Financieros	-
Participación en los Resultados	-
Ganancia (Pérdida) por Inst.Financieros	-
RESULTADO ANTES DE IMPTO RENTA	119,341.59
Participación de los Trabajadores	-
Impuesto a la Renta	-23,067.00
UTILIDAD (PERDIDA) NETA DE ACT. CONT.	119,341.59
Ingreso (Gasto) Neto de Oper. Discant.	-
UTILIDAD (PERDIDA) DEL EJERCICIO	96,274.59

Cuadro 1. Estado de cuenta de ganancias y perdidas

Fuente: Elaboración propia (2019)

2.4.6 Proyectos actuales

Implementación de unidades de transporte

CZ Group S.A.C., invertirá en dos vehículos para el transporte de equipos, herramientas, y personal con el fin de reducir gastos excesivos en movilidades externas.

Implementación de un almacén-taller

La empresa tiene como objetivo implementar un almacén-taller para poder guardar sus herramientas, equipos, materiales e instalar mesas de trabajo que ayuden a realizar fabricación de puertas, muebles y otros requerimientos de los clientes.

2.4.7 Perspectiva empresarial

La empresa CZ Group S.A.C. se proyecta a ser reconocida a nivel nacional, planeando incorporar en su cartera de clientes a cadenas de restaurantes y supermercados como: Bambos, Supermercados Peruanos y tiendas por departamento como Saga Falabella, Topitop, HyM Oechsle y Ripley. Que beneficien el crecimiento de la empresa, diversificando los servicios de la empresa en el rubro mantenimiento y obteniendo mayor rentabilidad.

CAPÍTULO III
MÉTODO

3.1 Tipo, nivel y método

Enfoque

Los autores manifiestan que el enfoque mixto, es la estrategia de utilizar ambos enfoques (cualitativo y cuantitativo), con la finalidad de poder sustentar un estudio metodológico (Según Hernández , Fernández, & Baptista (2014). Facilitó para el desarrollo del problema en sus dos ámbitos de estudio (cualitativo y cuantitativo) y sirvió para identificar la validez del planteamiento del problema y lograr la solución final.

Tipo

Una investigación de tipo proyectiva puede ser aplicada en un determinado periodo de tiempo o en un futuro posible de la empresa que se está investigando, servirá como base para el diagnóstico de los problemas, y plantear las mejores soluciones posibles para el desarrollo de la organización o área. (Hurtado, 2008). Pudiendo aplicar la propuesta en un futuro no muy lejano, a fin de solucionar muchos problemas respecto a la calidad en la prestación del servicio de la empresa, diagnosticando los problemas existentes y a su vez dando solución a estos.

Nivel

El nivel comprensivo son aquellas interacciones que el investigador desea obtener dentro de su tema, que pueden ser adquiridos de un medio social o individual, a través de aquello pueden haber elementos culturales, históricos y colectivos que se plasmarán dentro del estudio (Vásquez & Arango, 2011). Se pudo concluir con un trabajo de investigación comprensible, de forma detallada permitiendo el entendimiento del estudio según la variable problema.

Método

El método es aquella herramienta básica para nuestra investigación que consiste en plantear hipótesis que se aproximen a la solución de los problemas, que sean comparados

o validados mediante la recolección de datos y definir si estás pueden ser o no aplicables, (Cegarra, 2012). La investigación se desarrolló mediante dos métodos que son los siguientes: El método inductivo, permitió acceder al razonamiento del problema planteado que conllevó a conocimientos generales, suponiendo la certeza en algunas situaciones u ocasiones. Por otro lado el método deductivo, se basó en una situación general a una situación particular, que permitió el razonamiento para deducir conclusiones partiendo de varias proposiciones. Por lo tanto, ambos modelos nos ayudaron a identificar las posibles soluciones al planteamiento de nuestro problema de investigación.

3.2 Categorías y subcategorías apriorísticas

Tabla 1.

Categorías y subcategorías

Categoría problema: Mejora en la calidad de servicio		
Categoría	Sub-categoría	Indicadores
Calidad de servicio	Fiabilidad	Honestidad
		Respeto
	Capacidad de respuesta	Tiempo
		Atención
	Seguridad	Responsabilidad
		Integridad
	Empatía	Amabilidad
		Atención personalizada
	Elementos tangibles	Herramientas y equipos
		Imagen
	Interacción humana	Comunicación
	Desarrollo empresarial	Recursos humanos
		Herramientas y equipos
Capacitación		
Categoría solución		
Plan para mejorar la calidad en el servicio de mantenimiento y acabados de la empresa CZ GROUP SAC en el año 2019.		
Categorías emergentes		
Interacción humano / desarrollo empresarial		

Fuente: Elaboración propia

3.3 Población, muestra y unidades informantes

El concepto población se puede definir de dos ámbitos como: población finita y población infinita. La población finita es aquella que integra un conjunto de sistemas, existiendo una base registral de los individuos que lo integran. Por otro lado, la población infinita es aquella donde no hay un registro de los individuos que permitan la recolección de datos de manera coherente y a su vez realizar un estudio de manera eficiente (Arias, 2012). En cuanto a la población de nuestro estudio fueron 30 tiendas a las que la empresa presta sus servicios, mismas que están ubicadas en Lima metropolitana.

Muestra

En nuestro estudio de investigación no contamos con una muestra, en ese sentido se trabajó con las 30 tiendas a la que la empresa presta sus servicios.

Unidades informantes

Las unidades informantes son aquellos individuos que pertenecen a un sistema o un conjunto de sistemas, relacionados con la variable problema, mediante el propósito de recolección de información correcto y exacto para poder emitir una solución (Arnau citado por Hurtado, 2000).

Para el desarrollo de nuestro estudio nuestras unidades informantes fueron los supervisores de mantenimiento de las 30 tiendas a las cuales la empresa presta sus servicios, también se consideran los gerentes o encargados de cada tienda ya que ellos perciben y dan el visto bueno de cada trabajo culminado. Por último, la base de datos de la empresa o información que se pueda obtener de los gerentes o representantes.

3.4 Técnicas e instrumentos

Las técnicas de investigación son aquellas herramientas o métodos que nos permiten recolectar la información según el planteamiento del problema, se pueden aplicar la encuesta y entrevista (Arias, 2012). Mediante la encuesta pudimos conseguir la información destacada de los encuestados que fueron 30 gerentes de cada tienda.

Asimismo, las entrevistas se llevaron a cabo con los 3 supervisores de mantenimiento de las 30 tiendas de Lima metropolitana.

Instrumentos

Ficha técnica:

Cuestionario: SERVQUAL

Autor: Parasuraman

Origen: Estados Unidos

Objetivo: Recolectar información para poder identificar la calidad del servicio que presta la empresa CZ Group S.A.C. Asimismo, analizar la percepción de cada labor concluida en las 30 tiendas del Lima metropolitana.

Sector de aplicación: 30 Tiendas de Lima metropolitana.

Tipo: Individual

Tiempo: 10 minutos

Validez

La validez se puede definir como el grado en que mide un instrumento en un determinado estudio o problema (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). Facilitó para poder medir el grado de viabilidad en nuestra investigación según el determinante problema.

Tabla 2.

Fiabilidad por experto del instrumento cuantitativo.

N°	Nombre	Cargo	Grado	Criterio de evaluación
1	Rubio Urrelo, Decio	Docente	Magister	Aplicable
2	Prado López, Hugo Ricardo	Docente	Doctorado	Aplicable
3	Carhuancho Mendoza, Irma Milagros	Docente	Doctorado	Aplicable

Nota: Ver las fichas de validación (Anexos)

Confiabilidad

La confiabilidad es aquel instrumento que mide lo que se desea medir dentro de la investigación y aplicándolo en varias ocasiones genere el mismo resultado (Hernández, Fernández, & Baptista 2014). En cuanto a la confiabilidad este instrumento nos permitirá medir varias veces, a la variable problema que se desee medir, ya sea de forma interna o en las fuentes informantes externas.

Tabla 3.

Confiabilidad del instrumento

Alfa de Cronbach	Nro. de elementos
0,797	22

Piloto = 30 tiendas

3.5 Procedimiento

Para el procedimiento de nuestra investigación en primer lugar, se solicitó autorización o permisos a la empresa CZ Group S.A.C. para recolectar la información que se deseaba investigar.

Después se visitó las 30 tiendas a las que presta su servicio la empresa, en conjunto con los mismos trabajadores de campo pudimos tomar las encuestas a los gerentes de cada tienda para nuestro análisis cuantitativo. Luego, visitamos las oficinas de los clientes para poder tomar las entrevistas a los supervisores de campo, para el análisis cualitativo. Asimismo, se analizó la información a través del programa Atlas. Ti, se pudo triangular el enfoque cuantitativo y cualitativo para obtener el resultado mixto.

3.6 Análisis de datos

Cuantitativo

El autor explica que el diagrama de Pareto es un método gráfico que permite tener varias respuestas a la solución del problema, por un lado, podemos identificar o enfocarse en las causas que originan el problema, y por otro lado poder aplicarlo en las tareas más importantes (Villar, 2009). Mediante el método pudimos identificar y organizar las prioridades dentro de la empresa investigada y fue de aporte para encontrar las deficiencias en la calidad de la prestación de los servicios.

Cualitativo

Define al Atlas. TI como una mesa de trabajo donde permite realizar el análisis cuantitativo del problema planteado. Entre otras opciones facilita la reestructuración significativa de la información. (Gallardo, 2014). La herramienta fue de aporte para el análisis cualitativo, permitiendo comparar y al mismo tiempo explorar nueva o significativa información de los problemas que tiene la empresa.

Mixto

Estos autores nos detallan que la triangulación consiste en seleccionar la información de distintos puntos ya sea cualitativa o cuantitativa con el objeto de permitir llegar a la solución final del problema (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014). En nuestra investigación la triangulación se dio mediante los dos métodos de recolección de datos cuantitativo y cualitativo, que nos permitió identificar y definir los problemas reales de la empresa para luego poder decidir nuestra propuesta de solución.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS y DISCUSIÓN

4.1 Descripción de resultados

Para adquirir los resultados se encuestó a gerentes y encargados de 30 tiendas del departamento de Lima, a las que la empresa CZ Group le presta sus servicios, mediante el cual se destacó la percepción de la calidad del servicio de mantenimiento y acabados.

Resultados cuantitativos

Tabla 4.

Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría Fiabilidad.

Ítems	Nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%
1. El personal técnico se anuncia correctamente antes y después de culminada la labor.	3	10.00%	3	10.00%	4	13.33%	20	66.67%
2. ¿El personal técnico realiza bien su trabajo según los requerimientos solicitados?	4	13.33%	2	6.67%	8	26.67%	16	53.33%
3. ¿Cuándo la tienda tiene un problema o emergencia respecto a su infraestructura, la empresa CZ Group S.A.C. muestra prontitud e interés en solucionarlo?	5	16.67%	3	10.00%	6	20.00%	16	53.33%
4.- El personal técnico demuestra profesionalismo e integridad	3	10.00%	4	13.33%	5	16.67%	18	60.00%
5.- El personal técnico finaliza sus labores en el tiempo prometido.	3	10.00%	4	13.33%	11	36.67%	12	40.00%

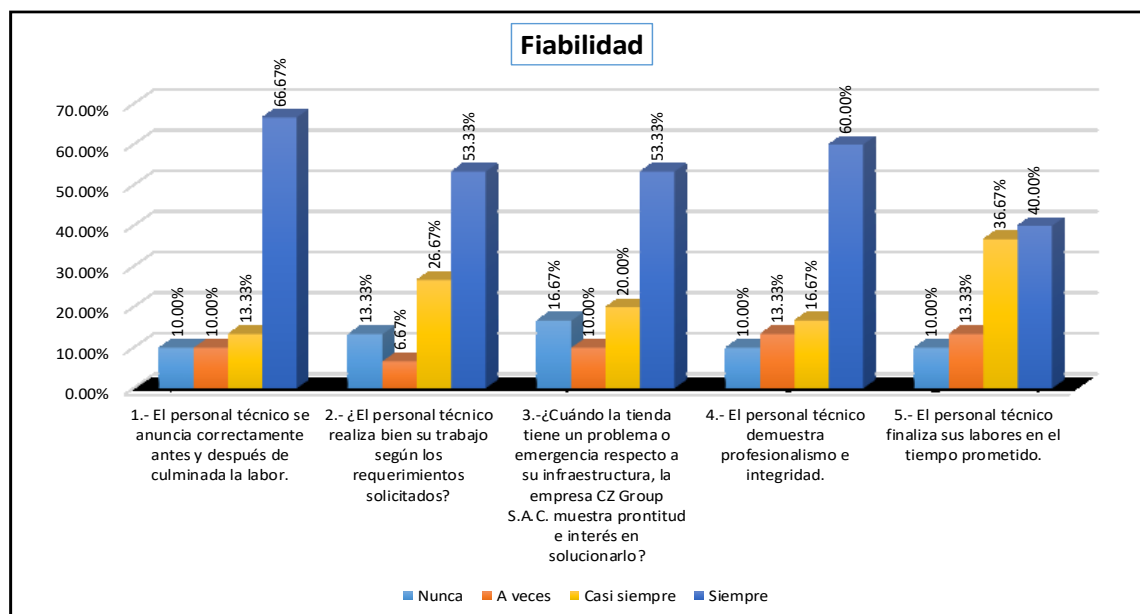


Figura 5. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub Categoría Fiabilidad.

En la tabla 4 y figura 5, se define que, en la relación a la pregunta número 1. Si el personal se anuncia correctamente antes y después de culminada la labor, el 10% de los encuestados manifestó que nunca, otro 10% a veces, mientras que, casi siempre en un 13.33 % y el 66.6 % restante si se cumple con anunciarse. Por otro lado, en referencia a la pregunta número 2 ¿El personal técnico realiza su trabajo según los requerimientos solicitados? Un 13.33% respondieron que nunca, otro 6.67% que a veces, un 26.67% casi siempre realizan y por último el 53.33% siempre realizan las labores según lo solicitado. Asimismo, acerca de la pregunta número 3. ¿Cuándo la tienda tiene un problema o emergencia respecto a su infraestructura, la empresa CZ Group S.A.C., muestra prontitud e interés en solucionarlo? El 16.67% de encuestados expresaron que nunca, un 10% que a veces, un 20% que casi siempre y finalmente el 53.53 % manifestaron que siempre tiene interés en atenderlos. En cuanto a la pregunta número 4. El personal técnico demuestra profesionalismo e integridad. El 10% de encuestados opinaron que nunca, un 13.33% que a veces, un 16.67% que casi siempre y finalmente el 60 % contestaron que siempre. Finalmente, de acuerdo a la pregunta número 5. El personal técnico finaliza sus labores en el tiempo prometido. Un 10 % respondieron que nunca, otro 13.33% que a veces, un 36.67% casi siempre finaliza sus labores en el tiempo prometido y por último el 40% respondió que siempre.

Tabla 5.

Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría Capacidad de Respuesta.

Ítems	Nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%
6.- El personal técnico demuestra estar capacitado para atender los requerimientos por parte de su tienda.	4	13.33%	3	10.00%	8	26.67%	15	50.00%
7.- ¿La atención en el servicio es rápida?	3	10.00%	3	10.00%	14	46.67%	10	33.33%
8.- La empresa siempre se muestra disponible para atender los requerimientos o emergencias solicitados.	6	20.00%	4	13.33%	10	33.33%	10	33.33%
9.- El personal técnico siempre está dispuesto a apoyarlo en cualquier requerimiento y/o adicional.	3	10.00%	4	13.33%	3	10.00%	20	66.67%

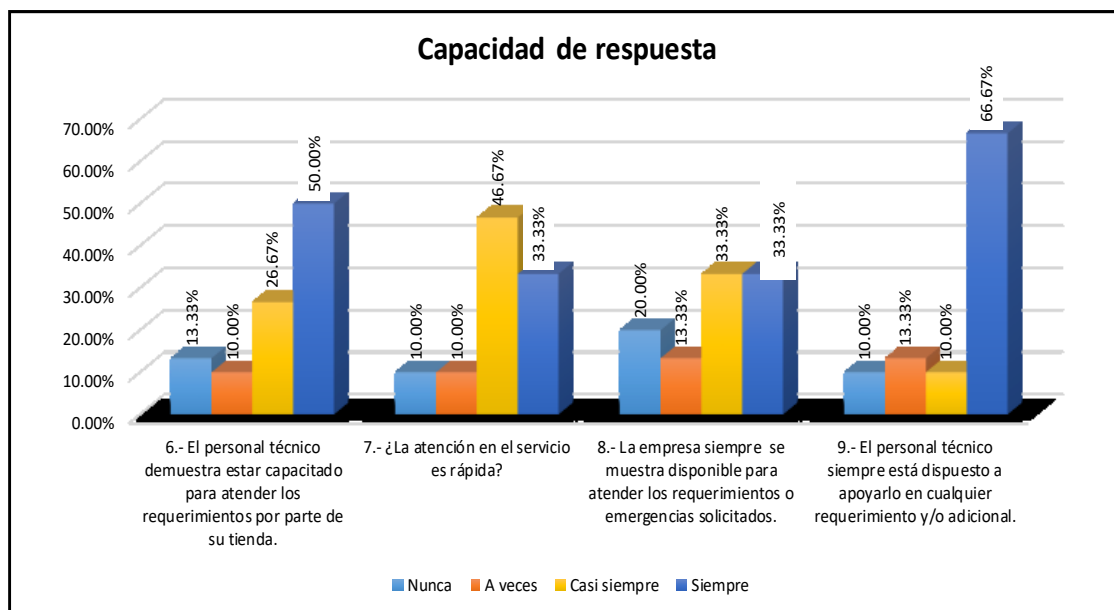


Figura 6. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría Capacidad de Respuesta.

En la tabla 5 y figura 6, se define que, en la relación a la pregunta número 6. El personal técnico demuestra estar capacitado para atender los requerimientos por parte de su tienda. El 13.33% de los encuestados contestó que nunca están capacitados, el 10% a veces, mientras que, casi siempre en un 26.67 % y por último el 50% restante expresaron que si están capacitados. Asimismo, en referencia a la pregunta número 7 ¿La atención en el servicio es rápida? El 10% respondieron que nunca, otro 10% que a veces, un 46.67% casi siempre la atención es rápida y finalmente el 53.33% siempre las atenciones son rápidas. En cuanto, a la pregunta número 8. ¿La empresa siempre se muestra disponible para atender los requerimientos o emergencias solicitadas? El 20% de encuestados expresaron que nunca, el 13.33% que a veces, un 33.33% que casi siempre y finalmente otro 33.33 % que siempre muestran interés en atenderlos. Finalmente, de acuerdo a la pregunta número 9. El personal técnico siempre está dispuesto a apoyarlo en cualquier requerimiento y/o adicional. El 10 % respondió que nunca, el 13.33% que a veces, un 10% casi siempre están dispuestos y por último el 66.67% respondió que siempre están dispuestos.

Tabla 6.

Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría Seguridad.

Ítems	Nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%
10.- Siente seguridad al dejar como responsables de la tienda en el horario nocturno al personal técnico.	2	6.67%	6	20.00%	8	26.67%	14	46.67%
11.- ¿El personal de la empresa CZ Group S.A.C. transmite confianza?	2	6.67%	5	16.67%	6	20.00%	17	56.67%
12.- El personal técnico demuestra amabilidad durante la ejecución de sus labores.	2	6.67%	5	16.67%	4	13.33%	19	63.33%
13.- El personal técnico demuestra seriedad y responsabilidad en la ejecución de sus labores.	2	6.67%	4	13.33%	4	13.33%	20	66.67%

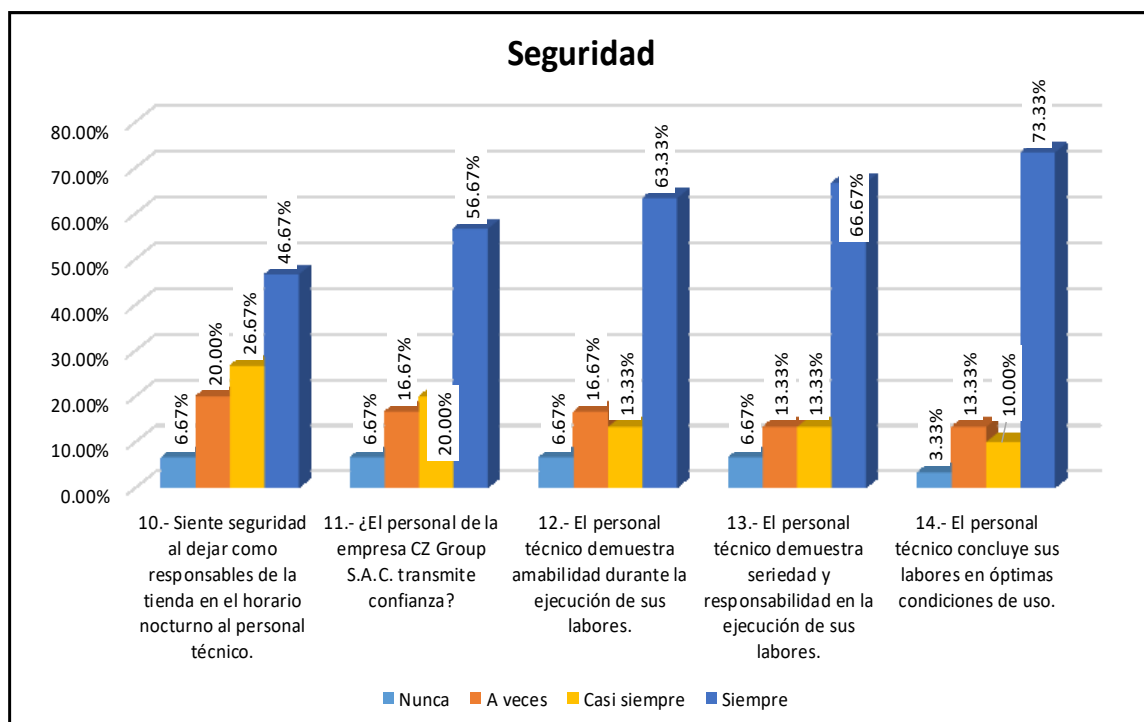


Figura 7. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub Categoría Seguridad

En la tabla 6 y figura 7, se determina que, en la relación a la pregunta número 10. Siente seguridad al dejar como responsables de la tienda en el horario nocturno al personal técnico. El 6.67% de los encuestados manifestó que nunca, el 20% a veces, mientras que, casi siempre en un 26.67 % y el 46.67 % siempre, porque son personal de confianza. Por otro lado, en referencia a la pregunta número 11 ¿El personal de la empresa CZ Group S.A.C. transmite confianza? Un 6.67% respondieron que nunca, otro 16.67% que a veces, un 20% casi siempre transmiten confianza y por último el 56.67% siempre transmiten confianza. Asimismo, según la pregunta número 12. El personal técnico demuestra amabilidad durante la ejecución de sus labores. El 6.67% de encuestados expresaron que nunca, un 16.67% que a veces, un 13.33% que casi siempre y finalmente el 63.33% manifestaron que siempre demuestran amabilidad. En cuanto a la pregunta número 13. El personal técnico demuestra seriedad y responsabilidad en la ejecución de sus labores. El 6.67% de encuestados opinaron que nunca, un 13.33% que a veces y otro 13.33% que casi siempre, finalmente el 66.67% contestaron que siempre. Finalmente, de acuerdo a la pregunta número 14. El personal técnico concluye sus labores en óptimas condiciones de uso. Un 3.33 % respondieron que nunca, otro 13.33% que a veces, un 10% casi siempre demuestra seriedad y responsabilidad y por último el 73.33% respondió que siempre.

Tabla 7.

Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría de Empatía.

Ítems	Nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%
15.- La empresa brinda un servicio eficiente y personalizado.	1	3.33%	6	20.00%	10	33.33%	13	43.33%
16.- La empresa está disponible para ejecutar las labores en los horarios programados por la tienda.	2	6.67%	5	16.67%	5	16.67%	18	60.00%
17.- El personal técnico se muestra interesado en las inquietudes o consultas del gerente de tienda.	2	6.67%	5	16.67%	9	30.00%	14	46.67%
18.- El personal técnico demuestra interés por el cuidado de la tienda.	2	6.67%	3	10.00%	7	23.33%	18	60.00%

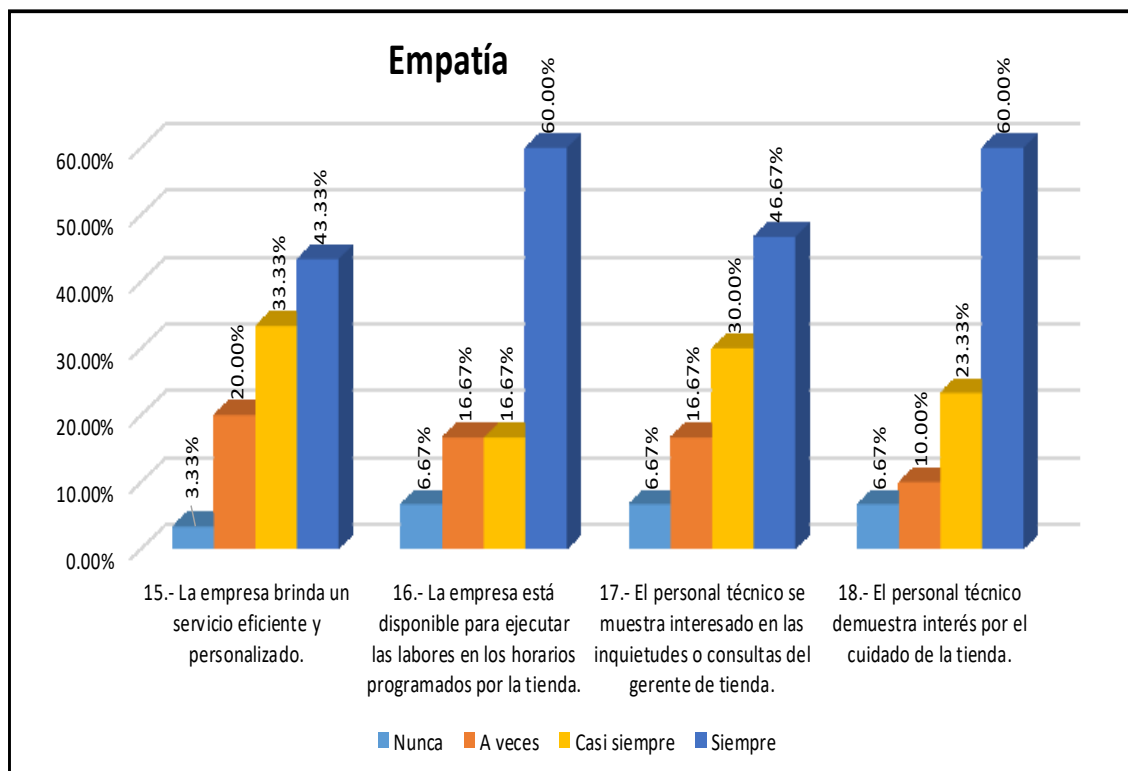


Figura 8. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría empatía.

En la tabla 7 y figura 8, se determinó que en relación a la pregunta número 15. La empresa brinda un servicio eficiente y personalizado. El 3.33% de los encuestados contestó que nunca brindan un servicio eficiente y personalizado, el 20% a veces, mientras que, casi siempre en un 33.33 % y por último el 43.33% restante, expresaron que brindan un servicio eficiente y personalizado. Asimismo, en referencia a la pregunta número 16. La empresa está disponible para ejecutar las labores en los horarios programados por la tienda. El 6.67% respondieron que nunca, otro 16.67% a veces, un 16.67% casi siempre está disponible para ejecutar las labores, el 60% respondió que siempre están disponibles. En cuanto a la pregunta número 17. El personal técnico se muestra interesado en las inquietudes o consultas del gerente de tienda. El 6.67% de encuestados expresaron que nunca, el 16.67% a veces, un 30% casi siempre y finalmente el 46.67% que siempre muestran interés en sus inquietudes o consultas.

Finalmente, de acuerdo a la pregunta número 18. El personal técnico demuestra interés por el cuidado de la tienda. El 6.67% respondió que nunca, el 10% que a veces, un 23.33% casi siempre están interesados el 60% respondió que siempre muestran interés por el cuidado de la tienda.

Tabla 8.

Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub categoría Elemento Tangibles.

Ítems	Nunca		A veces		Casi siempre		Siempre	
	f	%	f	%	f	%	f	%
19.- La empresa cuenta con herramientas y equipos que permitan la eficiencia en las labores.	3	10.00%	1	3.33%	17	56.67%	9	30.00%
20.- El personal técnico cuenta con los lineamientos de seguridad y equipos necesarios para la protección en la ejecución de sus labores.	1	3.33%	2	6.67%	10	33.33%	17	56.67%
21.- El personal técnico se encuentra vestido correctamente y tiene apariencia adecuada.	1	3.33%	3	10.00%	5	16.67%	21	70.00%
22.- El personal técnico está debidamente identificado (DNI, SCTR, uniforme y correo)	1	3.33%	3	10.00%	6	20.00%	20	66.67%

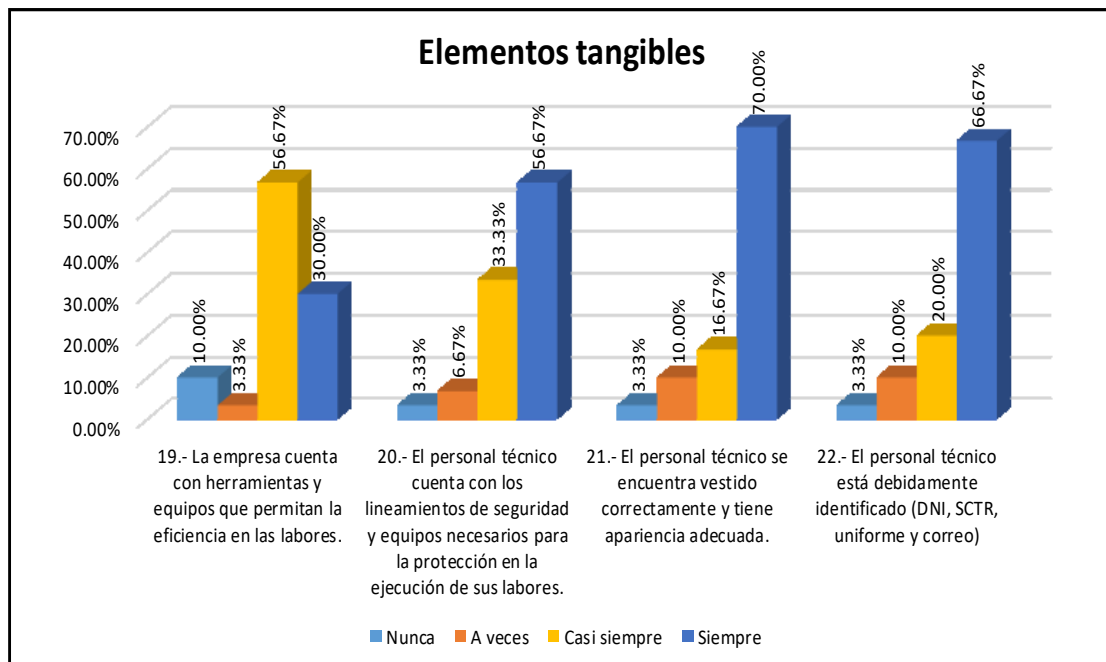


Figura 9. Frecuencias y porcentajes de los ítems correspondientes a la sub Categoría Elementos tangibles.

En la tabla 8 y figura 9, se determina que, en la relación a la pregunta número 19. La empresa cuenta con herramientas y equipos que permitan la eficiencia en las labores. El 10% de los encuestados manifestó que nunca, el 3.33% a veces, mientras que, casi siempre el 56.67% cuentan con las herramientas adecuadas y el 30 % contestó que siempre. Por otro lado, en referencia a la pregunta número 20. El personal técnico cuenta con los lineamientos de seguridad y equipos necesarios para la protección en la ejecución de sus labores. Un 3.33% de los encuestados respondieron que nunca, otro 6.67% que a veces, un 33.33% casi siempre y por último el 56.67% cuentan con los lineamientos. Asimismo, según la pregunta número 21. El personal técnico se encuentra vestido correctamente y tiene apariencia adecuada. El 3.33% de encuestados expresaron que nunca, un 10% que a veces, un 16.67% que casi siempre y finalmente el 70% manifestaron que siempre se encuentran vestidos de la forma correcta. En cuanto a la pregunta número 22. El personal técnico está debidamente identificado (DNI, SCTR, uniforme y correo). El 3.33% de encuestados opinaron que nunca, un 10% que a veces y otro 20% que casi siempre, finalmente el 66.67% contestaron que siempre.

Tabla 9.

Pareto de la categoría Calidad en el Servicio de Mantenimiento y Acabados en la Empresa CZ Group S.A.C., Lima 2019.

Ítem	Puntaje	%	Acumulativo	20.00%
8.- La empresa siempre se muestra disponible para atender los requerimientos o emergencias solicitados.	10	7.25%	7.25%	20%
3.- ¿Cuándo la tienda tiene un problema o emergencia respecto a su infraestructura, la empresa CZ Group S.A.C. muestra prontitud e interés en solucionarlo?	8	5.80%	13.04%	20%
7.- ¿La atención en el servicio es rápida?	8	5.80%	18.84%	20%
10.- Siente seguridad al dejar como responsables de la tienda en el horario nocturno al personal técnico.	8	5.80%	24.64%	20%
4.- El personal técnico demuestra profesionalismo e integridad.	7	5.07%	29.71%	20%
5.- El personal técnico finaliza sus labores en el tiempo prometido.	7	5.07%	34.78%	20%
6.- El personal técnico demuestra estar capacitado para atender los requerimientos por parte de su tienda.	7	5.07%	39.86%	20%
9.- El personal técnico siempre está dispuesto a apoyarlo en cualquier requerimiento y/o adicional.	7	5.07%	44.93%	20%
11.- ¿El personal de la empresa CZ Group S.A.C. transmite confianza?	7	5.07%	50.00%	20%
12.- El personal técnico demuestra amabilidad durante la ejecución de sus labores.	7	5.07%	55.07%	20%
16.- La empresa está disponible para ejecutar las labores en los horarios programados por la tienda.	7	5.07%	60.14%	20%
17.- El personal técnico se muestra interesado en las inquietudes o consultas del gerente de tienda.	7	5.07%	65.22%	20%
1.- El personal técnico se anuncia correctamente antes y después de culminada la labor.	6	4.35%	69.57%	20%
2.- ¿El personal técnico realiza bien su trabajo según los requerimientos solicitados?	6	4.35%	73.91%	20%
13.- El personal técnico demuestra seriedad y responsabilidad en la ejecución de sus labores.	6	4.35%	78.26%	20%
15.- La empresa brinda un servicio eficiente y personalizado.	6	4.35%	82.61%	20%
14.- El personal técnico concluye sus labores en óptimas condiciones de uso.	5	3.62%	86.23%	20%
18.- El personal técnico demuestra interés por el cuidado de la tienda.	5	3.62%	89.86%	20%
19.- La empresa cuenta con herramientas y equipos que permitan la eficiencia en las labores.	4	2.90%	92.75%	20%
21.- El personal técnico se encuentra vestido correctamente y tiene apariencia adecuada.	4	2.90%	95.65%	20%
20.- El personal técnico cuenta con los lineamientos de seguridad y equipos necesarios para la protección en la ejecución de sus labores.	3	2.17%	97.83%	20%
22.- El personal técnico está debidamente identificado (DNI, SCTR, uniforme y correo)	3	2.17%	100.00%	20%

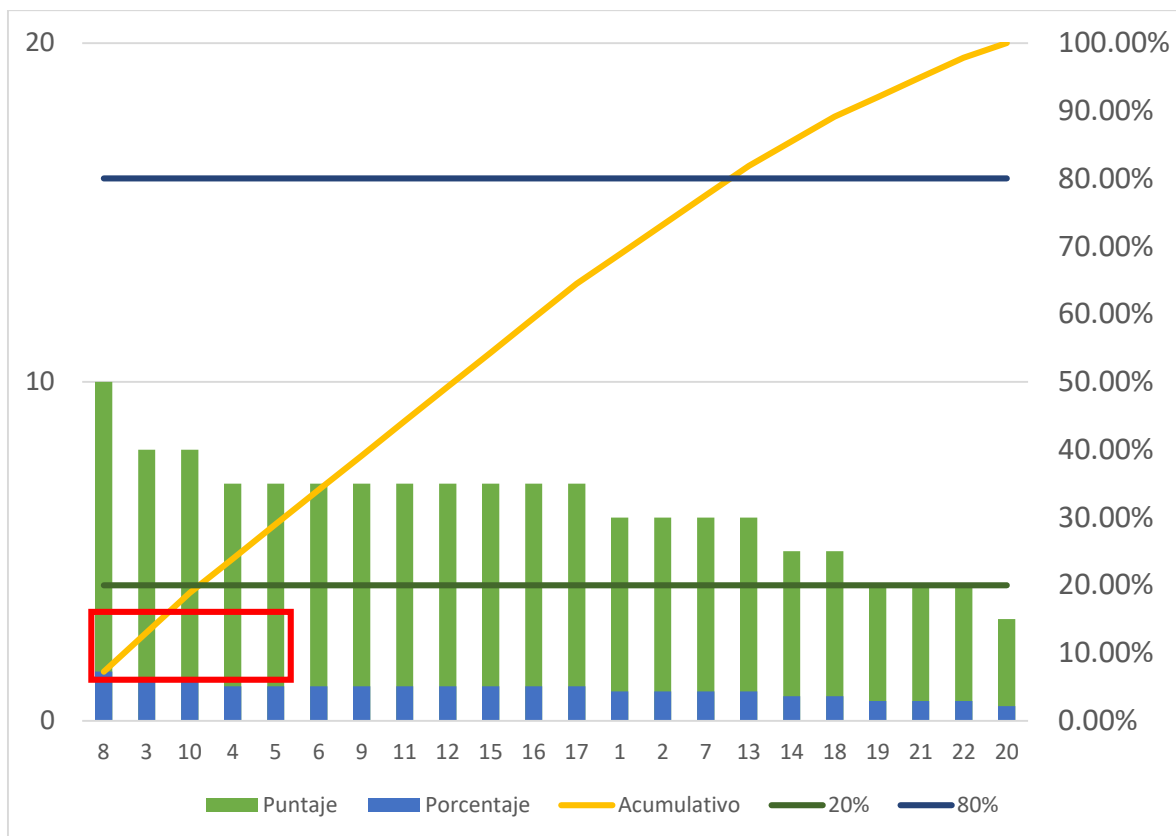


Figura 10. Pareto de la categoría Calidad en el Servicio de Mantenimiento y Acabados en la Empresa CZ Group S.A.C., Lima 2019.

En cuanto al análisis de Pareto, establecido en la tabla 9 y figura 11 podemos apreciar que la sub categoría capacidad de respuesta, es un aspecto muy crítico que tiene la empresa, las atenciones no se están dando en los tiempos pactados, solo hay capacidad para trabajos menores, los trabajos de gran magnitud son atendidos fuera del tiempo pactado, generando retrasos y malestares con las tiendas, los gerentes de tienda ocupan mucho tiempo enviando correos o haciendo seguimiento, para que los requerimientos sean atendidos. Por otro lado, cuando una tienda presenta una solicitud emergente y dependen de la atención del proveedor, hay demoras en resolver o atender los trabajos considerado como emergentes, esto genera mala imagen a las marcas ya que son tiendas exclusivas y no pueden tener una vista desagradable ante los comensales.

Resultados cuantitativos

Análisis de la sub-categoría fiabilidad.

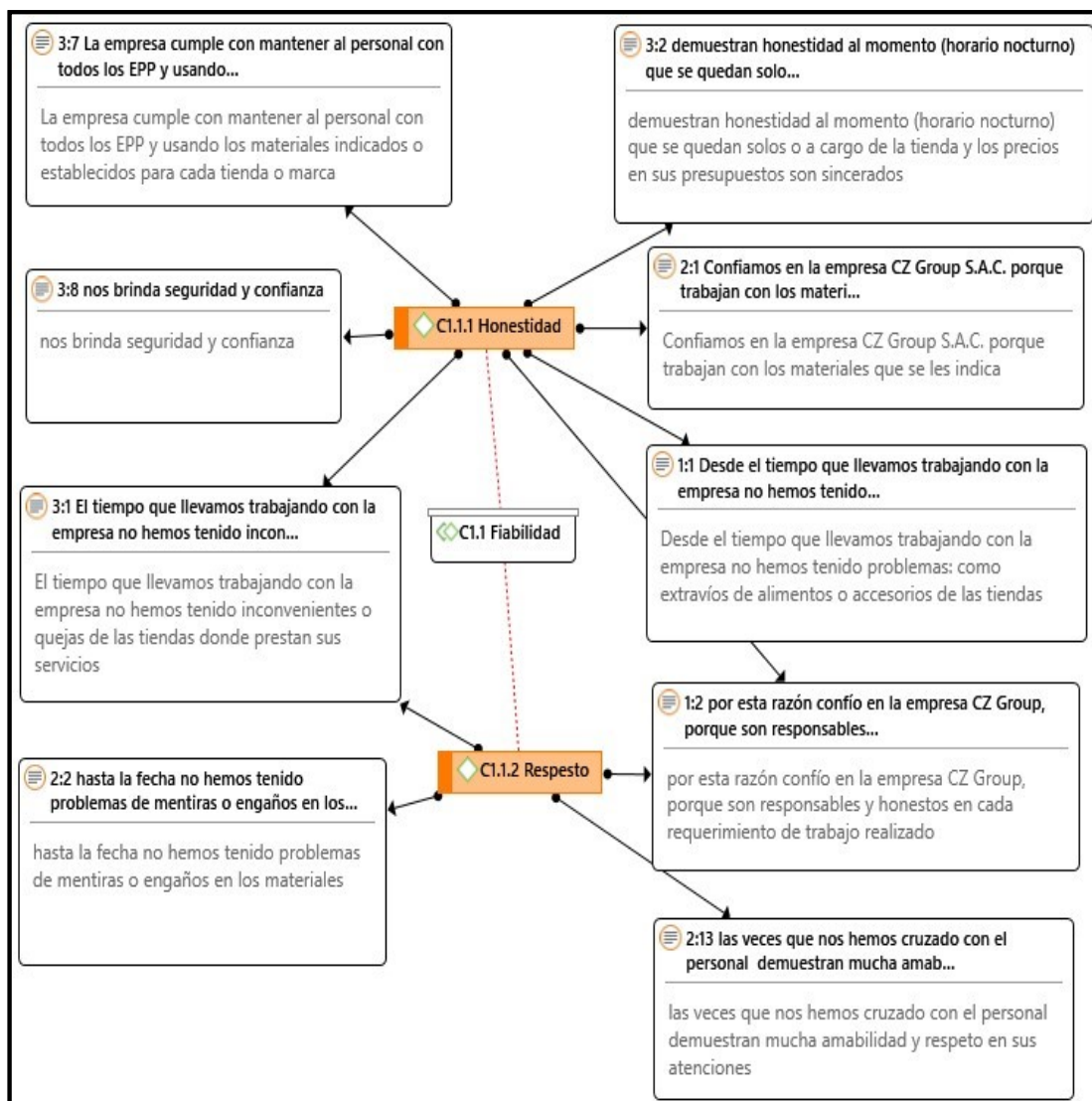


Figura 11. Análisis de la sub-categoría Fiabilidad.

En cuanto a fiabilidad nuestros entrevistados nos mencionan que trabajan con la empresa porque generan honestidad y respeto en cada labor que ejecutan, sobre todo cuando se quedan en horarios nocturnos sin la supervisión del gerente de tienda, hasta la fecha no ha surgido alguna pérdida o robo del almacén de la tienda. Asimismo, hacen referencia a los materiales que utilizan, trabajan con los indicados por el área de acabados. Se considera que la empresa está en la capacidad para atender y darle solución a sus problemas de manera correcta.

Análisis de la sub-categoría Capacidad de Respuesta.

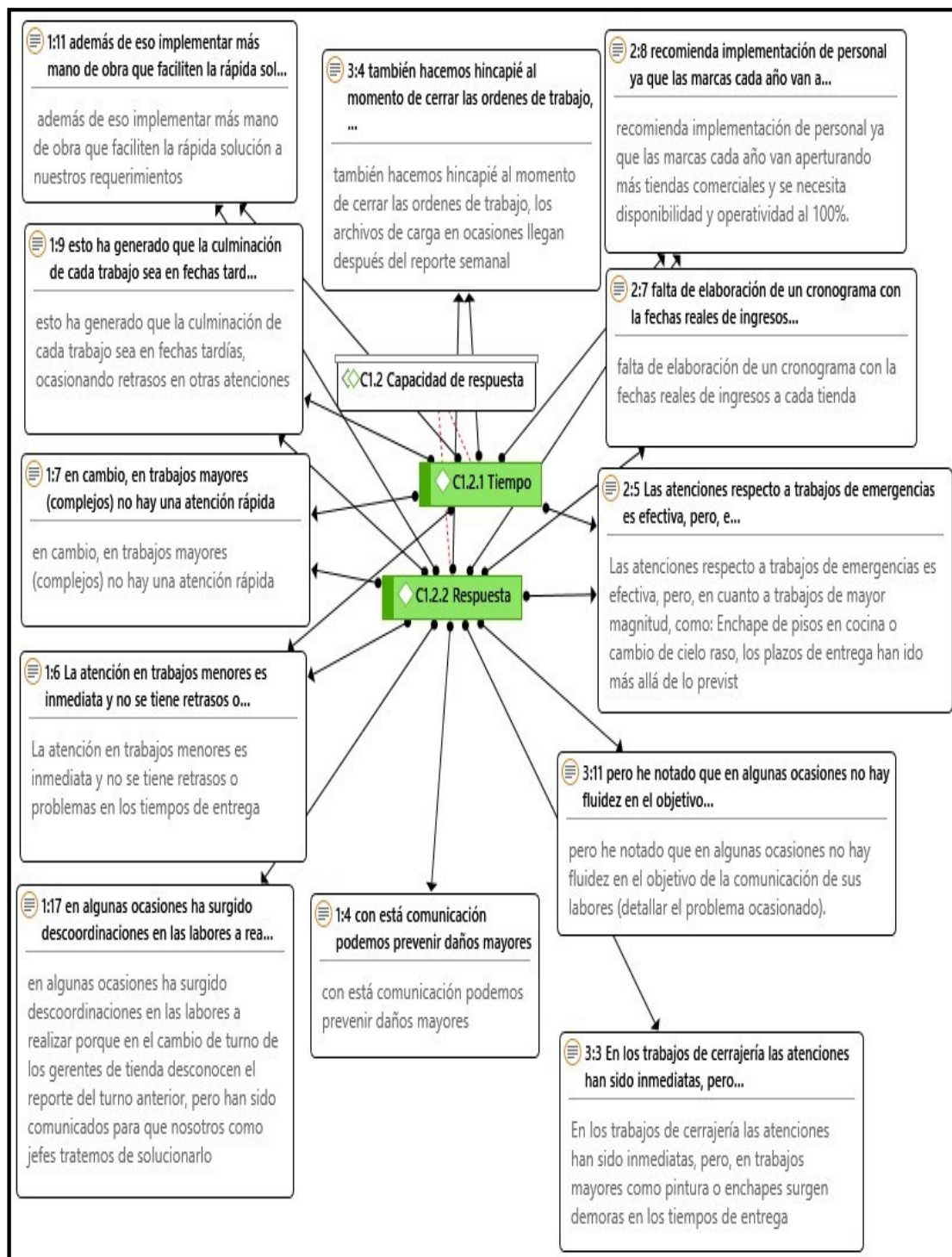


Figura 12. Análisis de la sub-categoría Capacidad de Respuesta.

Respecto a capacidad de respuesta los entrevistados detallaron que la empresa es muy eficiente en trabajos menores, como trabajos de cerrajería, albañilería y carpintería, pero en trabajos de gran magnitud como, pinturas integrales de salón o techos, cambio integral de cielos rasos o trabajos de albañilería son concluidos después de la fecha acordada, causando que se generen retrasos en otras atenciones e interrumpiendo los objetivos internos del cliente como de la misma empresa.

La baja fluidez en la comunicación de técnico a tienda y técnico a oficina administrativa genera descoordinaciones y retrasos en la programación de siguientes trabajos, surge, porque no existe un seguimiento o control a cada grupo de campo, tal vez el seguimiento por cumplir los objetivos no se está dando de manera adecuada, dando espacio para crear pausas en los trabajos en equipo y no se logre una comunicación eficiente.

La falta de la elaboración de un cronograma donde se detalle los ingresos diarios a cada tienda genera pérdida de tiempo en llamadas o coordinaciones entre el cliente y la empresa proveedora, sumado a esto impide una comunicación proactiva que permita tener un seguimiento continuo de cada labor.

Un factor vinculado es la falta de mano de obra que presenta la empresa, sumado a esto, no existe un cronograma sincerado y detallado de todas las actividades con las fechas exactas en cada intervención. Por ende, la disposición para atender las solicitudes de sus clientes no es del todo eficiente, generando desconfianza para próximos trabajos.

Asimismo, surgen descontentos con la comunicación del personal, no hay fluidez en la respuesta de cada problema, por lo general se debe emitir un informe de trabajo y esto no es muy detallado de acorde a los defectos o problemas que incurren en la ejecución, es importante capacitar o guiar al personal para tener soluciones oportunas y eficientes.

Análisis de la sub-categoría seguridad.

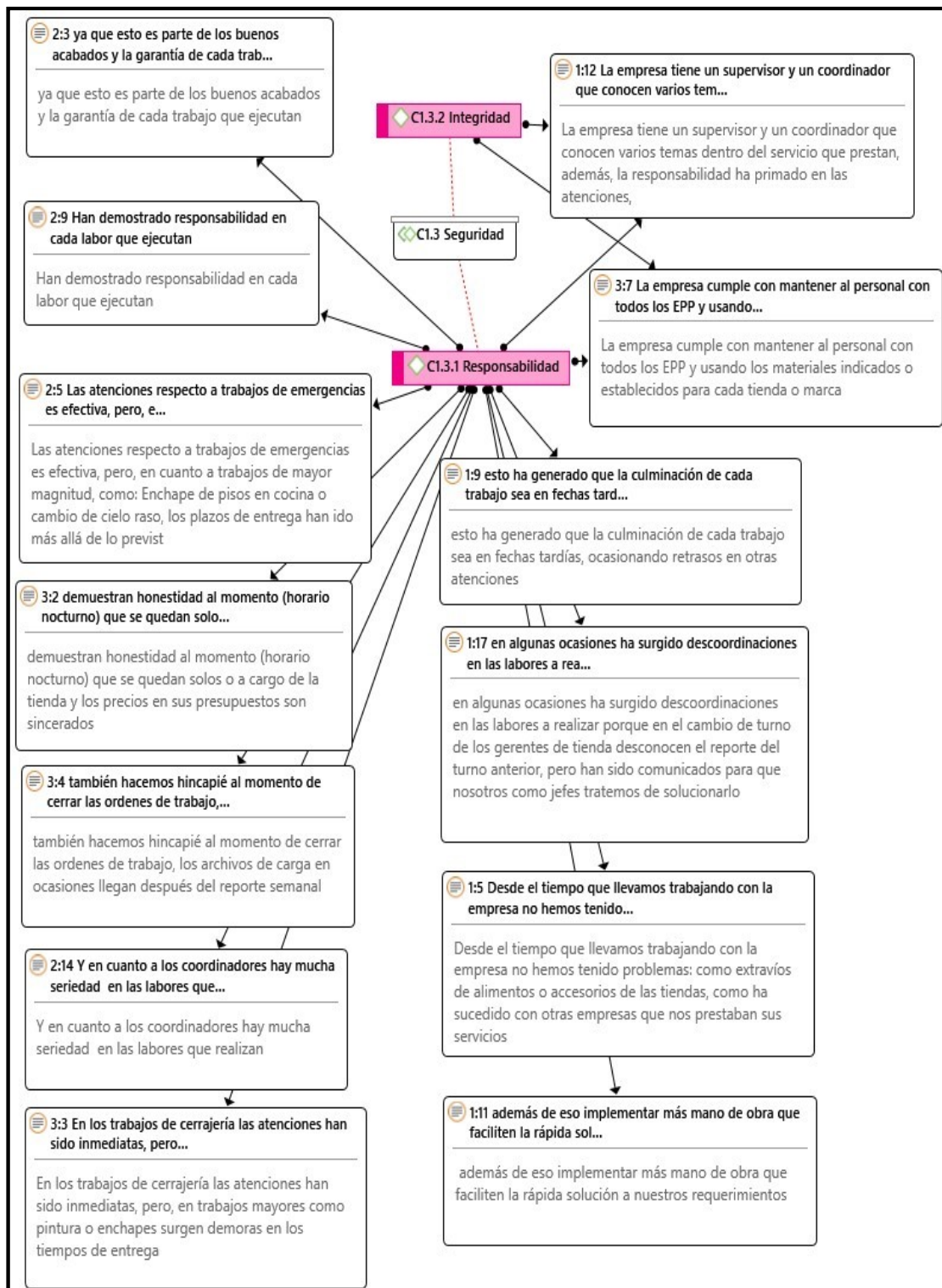


Figura 13. Análisis de la Sub-Categoría Seguridad.

En la sub-categoría seguridad, los entrevistados manifestaron que el servicio de la empresa cumple con aquellas responsabilidades internas, como mantener a su personal con todos los EPP facilitando los ingresos en centros comerciales, también se pueden apreciar aquellos valores como la confianza y honestidad por el cuidado de las pertenencias que puede haber en cada tienda.

La empresa demuestra seguridad con el cliente desde el momento que tiene una organización interna, es decir, cuenta con personal supervisor y de coordinación que poseen muchos conocimientos a acerca del rubro de servicios generales que prestan, siempre impartiendo responsabilidad en cada labor para cumplir con las necesidades de los clientes.

Con el cambio de turno de los gerentes de cada tienda muchas veces surge descoordinaciones entre el personal gerencial de cada establecimiento y los técnicos del proveedor que están destinados a realizar las labores, por la misma razón cada grupo de trabajo debe llevar un informe fotográfico de todas las actividades a realizar, para agilizar las labores y no tener malos entendidos o contratiempos.

Recomienda capacitar al personal en todos los centros comerciales, para lograr ingresos continuos y oportunos. Por parte de los jefes o encargados de área están muy comprometidos en las labores que realizan, pero surgen problemas en el área de supervisión, los inconvenientes que hay en cada ejecución, como interrupciones municipales deberían ser informadas en el acto para idear o solucionar el problema, y poder darles continuidad a las labores.

Análisis de la sub-categoría Empatía.

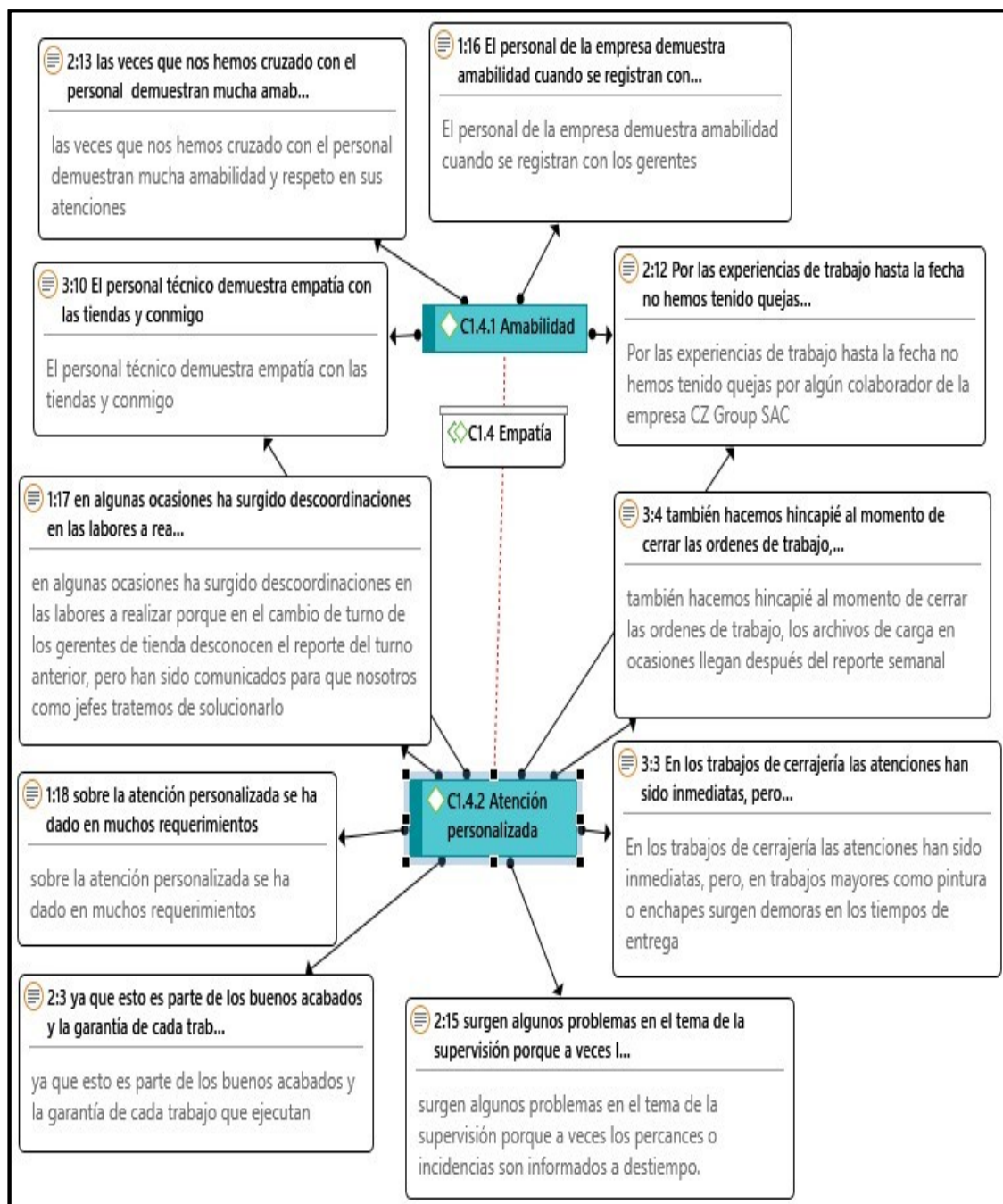


Figura 14. Análisis de la sub-categoría Empatía.

En la sub categoría empatía los entrevistados nos expresan que el personal de la empresa, en cada registro e interacción que realizan con los gerentes de cada tienda no hay problema o reclamos que involucren con el trato del personal, han demostrado educación, amabilidad y atención personalizada.

Por otro lado, se identifica que no hay una comunicación detallada de técnico a tienda, generando problemas en la coordinación con los trabajos de campo, ya que los gerentes detallan trabajos diferentes al reporte.

Es importante que la empresa se comprometa más con los trabajos de campo, es decir visitar las tiendas antes y después de cada ejecución, mediante el cual se redacte un informe detallado de los trabajos a realizar y realizados, de tal modo el personal técnico pueda tener una guía de trabajo y no surjan equivocaciones.

Análisis de la sub-categoría Elementos Tangibles.

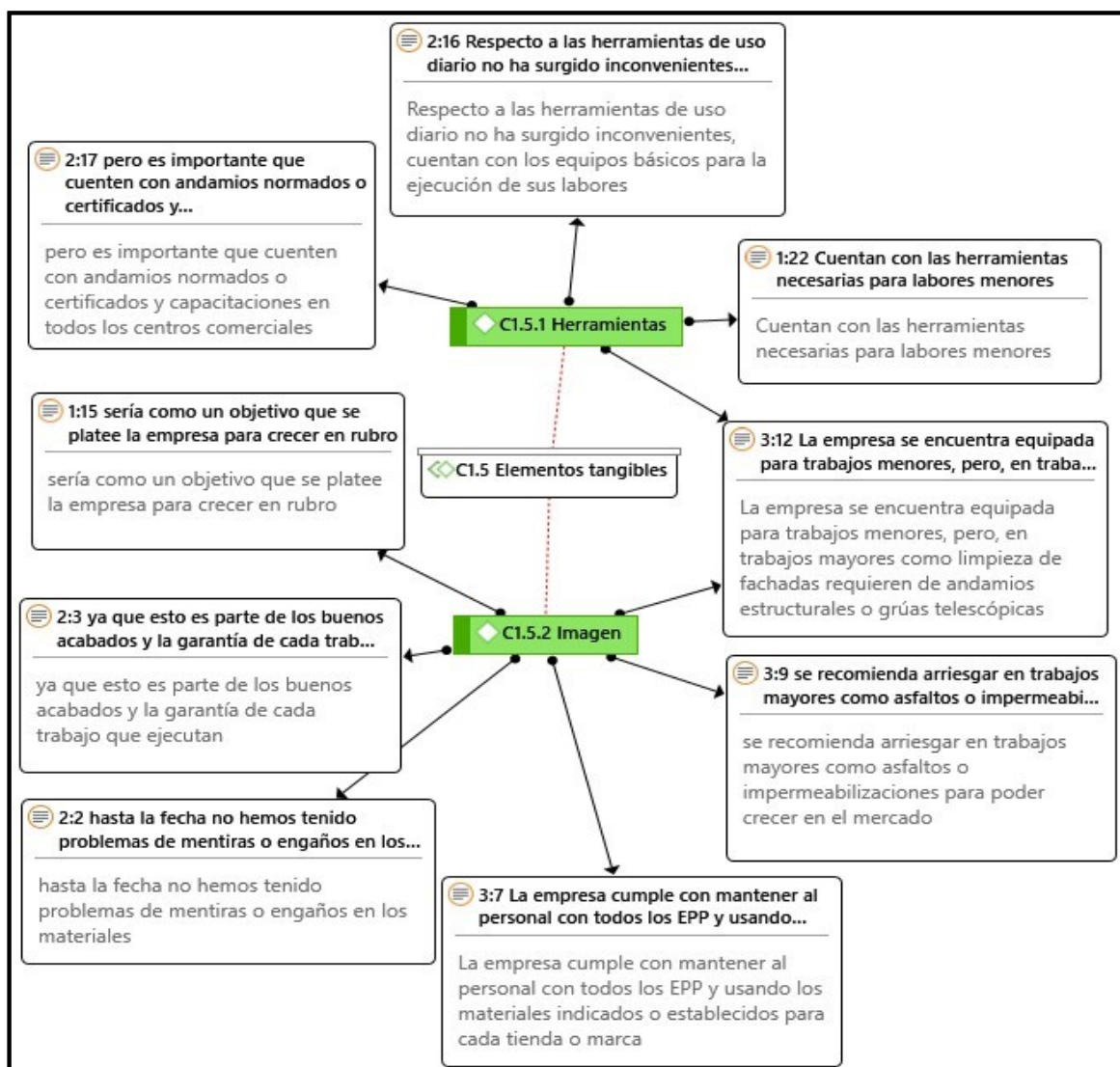


Figura 15. Análisis de la sub-categoría Elementos tangibles.

En la sub categoría elementos tangibles los entrevistados nos detallan, que la empresa cuenta con las herramientas y equipos para labores pequeñas o llamados trabajos correctivos de mínimo esfuerzo, donde no se requiere de mucho personal, materiales o suministros. Pero, en trabajos grandes como pintura, trabajos de albañilería en general, pinturas integrales, cielos rasos y limpieza de fachadas carecen de los equipos adecuados, imposibilitando realizar algunas labores en centros comerciales o tiendas grandes.

Se recomienda la implementación de andamios certificados o estructurados y grúas telescópicas para el rápido desempeño de las labores de campo. Estas herramientas ayudarán a desempeñar trabajos más seguros, eficientes y oportunos. Asimismo, será de gran apoyo para el rápido acceso a centros comerciales.

Se debe rescatar la opinión muy importante de los entrevistados donde sugieren que la empresa debe arriesgar por trabajos mayores, como, limpieza de fachadas donde incluya la implementación de equipos y herramientas para trabajos en altura, cumpliendo con los estándares de calidad y salud en el trabajo ante cualquier peligro de las mismas labores a realizar. Teniendo en cuenta el cumplimiento de contar con andamios normados y capacitación para trabajos en altura al personal. Asimismo, es importante que la empresa cuente con personal de prevención de riesgos para los trabajos de campo, y logre ofrecer servicios como una empresa seria, confiable y segura en el mercado.

Este objetivo de implementación la empresa debe tener presente, que es una inversión para crecer en el mercado, mediante el cual generará una imagen de una empresa especializada y segura en el rubro con fines de expansión. Además, tiene la oportunidad de hacer crecer su cartera de clientes a través del nuevo portafolio de servicios.

Análisis de la sub-categoría emergente Interacción humana.

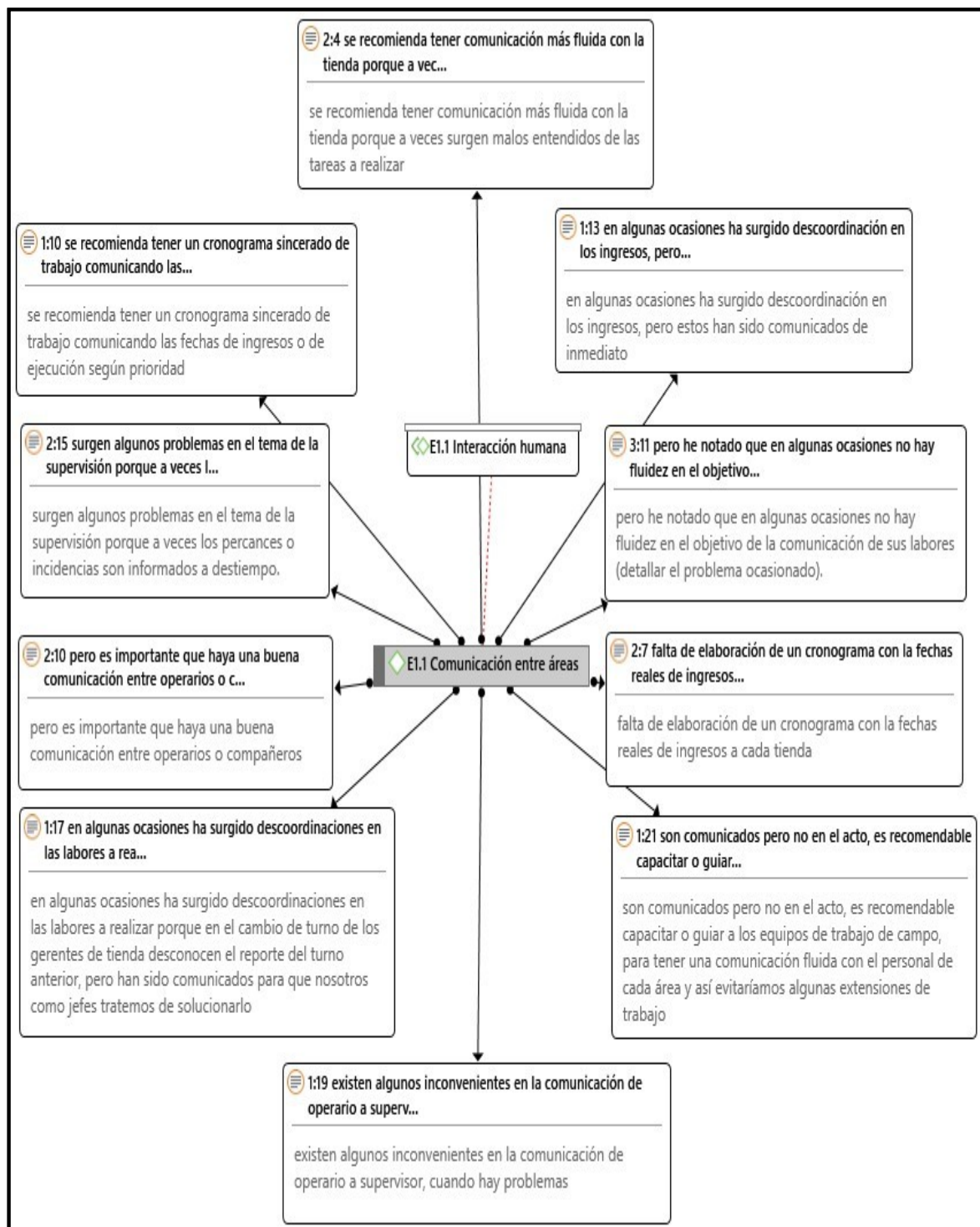


Figura 16. Análisis de la sub-categoría Interacción humana.

Respecto a la sub categoría emergente interacción humana que se pudo rescatar durante la entrevista, nuestras fuentes informantes nos manifiestan que, en la empresa existe problemas en la comunicación (supervisor CZ Group – supervisor cliente) los informes correspondientes son comunicados fuera del tiempo, generando retrasos en las atenciones, no hay fluidez de la comunicación interna, es decir, entre los miembros de grupo de trabajo de campo para poder detallar un informe final.

Para el buen desarrollo de cada actividad y cumplimiento de los objetivos es importante que, surja capacitaciones para obtener una mayor eficiencia en la comunicación y se puedan transmitir, los problemas, complicaciones, fallas o errores de cada labor a realizar, para que ambas partes tanto como el cliente (tienda) pueda tener una idea clara de las labores que realizará cada personal que se queda en horario nocturno. Por otro lado, la empresa (CZ Group) también pueda tener un panorama muy acertado de la culminación de cada trabajo y poder ir avanzando con los nuevos cronogramas de las tiendas.

Compartir un cronograma sincerado de cada actividad con el cliente permitirá el apoyo mutuo, para la empresa proveedora mostrarse como una empresa eficiente ante el avance de las actividades y al cliente para poder delegar más responsabilidades y labores al proveedor para cumplir con el rendimiento semanal que se plantea.

En este aspecto es recomendable capacitar, guiar o controlar al personal en cada labor que ejecutan, para que aquellos problemas que se producen dentro de la labor sean reportados a tiempo y pueda surgir una solución oportuna.

Análisis de la sub-categoría emergente desarrollo empresarial.

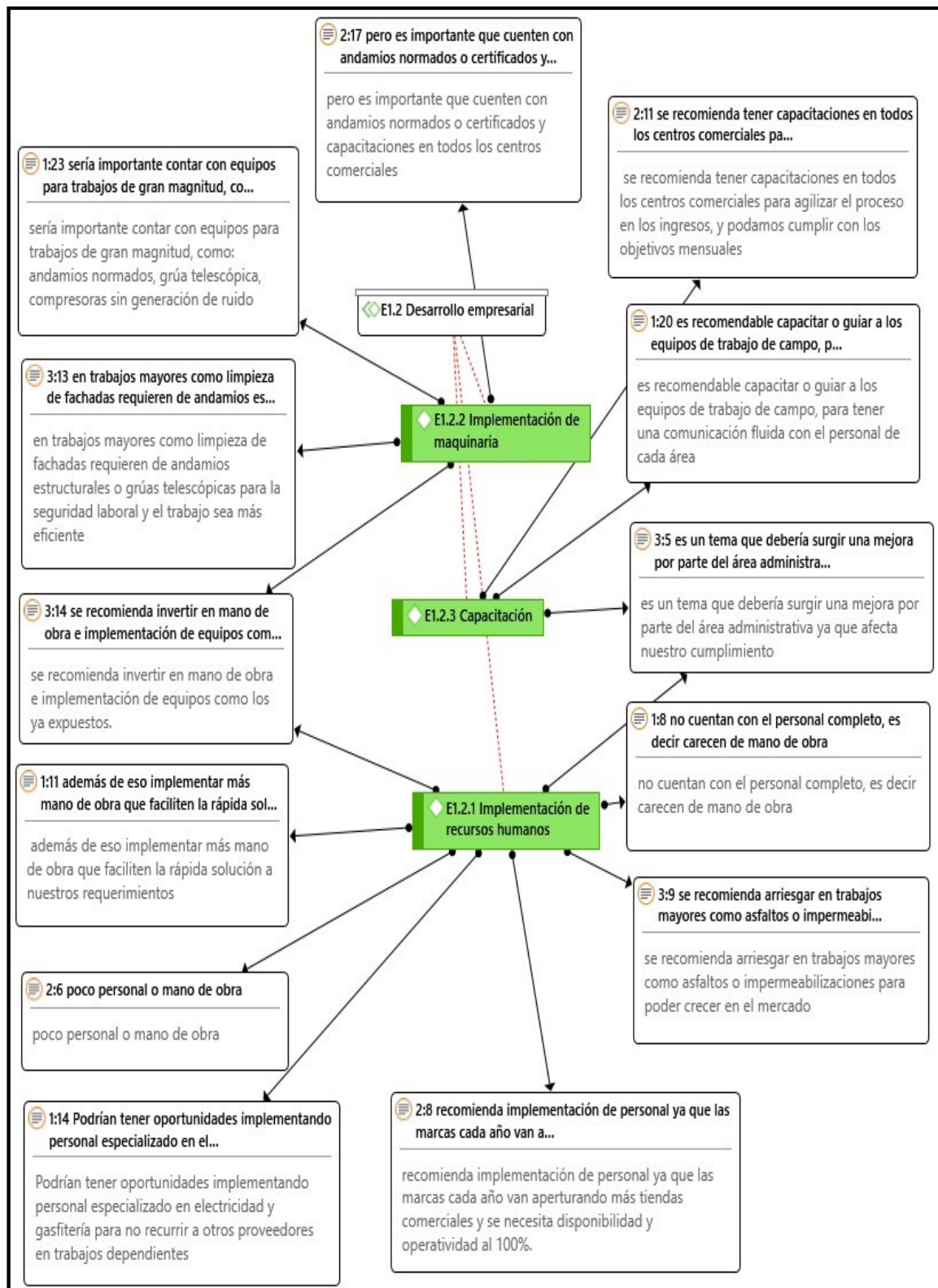


Figura 17. Análisis de la sub-categoría Desarrollo empresarial.

En cuanto a la sub categoría desarrollo empresarial que se pudo indagar mediante el análisis, para lograr que la empresa pueda tener un crecimiento productivo y exitoso en el rubro, necesita invertir e implementar recursos humanos, maquinaria y sobre todo capacitación para el buen desempeño del personal en los servicios que presta.

Se pudo analizar que, por el constante crecimiento de cadenas de restaurantes, cafeterías y tiendas por departamento, es necesario que la empresa implemente más personal calificado y así poder atender todas las demandas por el servicio en el tiempo oportuno.

Asimismo, debe contratar personas especializadas en cada labor, es decir especialistas en electricidad, gasfitería, albañilería entre otros, con la finalidad de poder abarcar trabajos o proyectos grandes, como cambio de cielos rasos, enchapes de cerámicas completos, de esta manera lograr que la empresa sea sólida, sabiendo manejar bien sus responsabilidades y asumiendo sus cargas de trabajo, y la mejor manera de generar alianzas estratégicas con el cliente que beneficien a ambas partes.

También es importante que la empresa contemple una mejora en el área administrativa, ya que los reportes de trabajos culminados llegan después que el cliente emite los reportes semanales, si la empresa ayuda o acelera en el cierre de trabajos ejecutados la confianza por delegar más trabajos depende de este punto.

Finalmente se pudo determinar que es importante que la empresa implemente alguna herramienta tecnológica para el apoyo administrativo, labores de campo y labores contables, de esta forma mejorará los procesos de manera fácil y rápida cumpliendo con las exigencias del cliente.

Análisis Mixto

Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría de Fiabilidad.

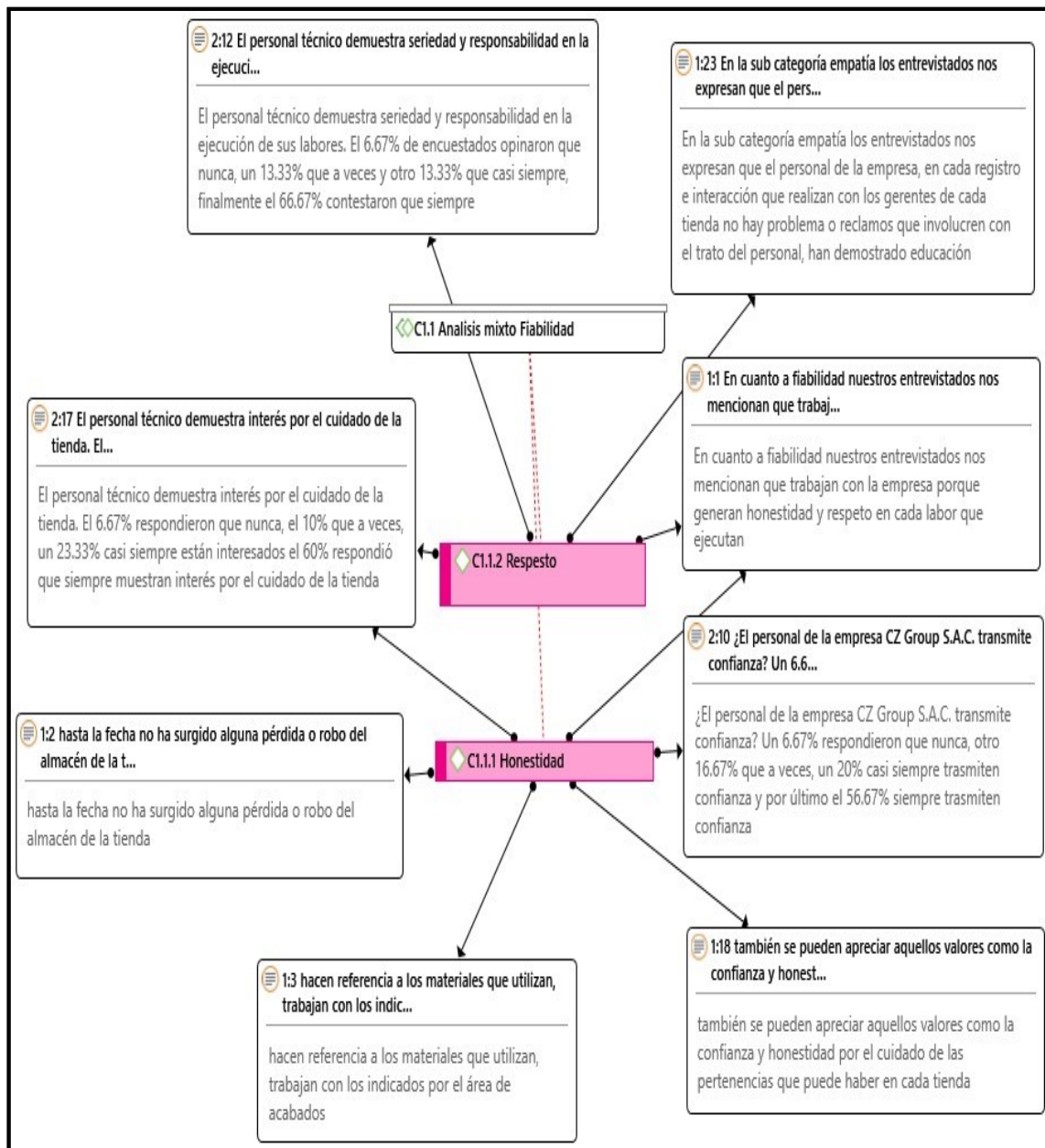


Figura 18. Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría de Fiabilidad.

En este análisis podemos determinar que la gran mayoría de encuestados manifiesta que el personal ha sido muy respetuoso y honesto, pero tendría que mejorar en algunas tiendas para que el servicio sea 100% satisfecho, siendo esta una condición de su capacidad para atender y enriquecer su servicio ya que en ocasiones no ha surgido un verdadero compromiso para atender las solicitudes.

Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría de Capacidad de Respuesta.

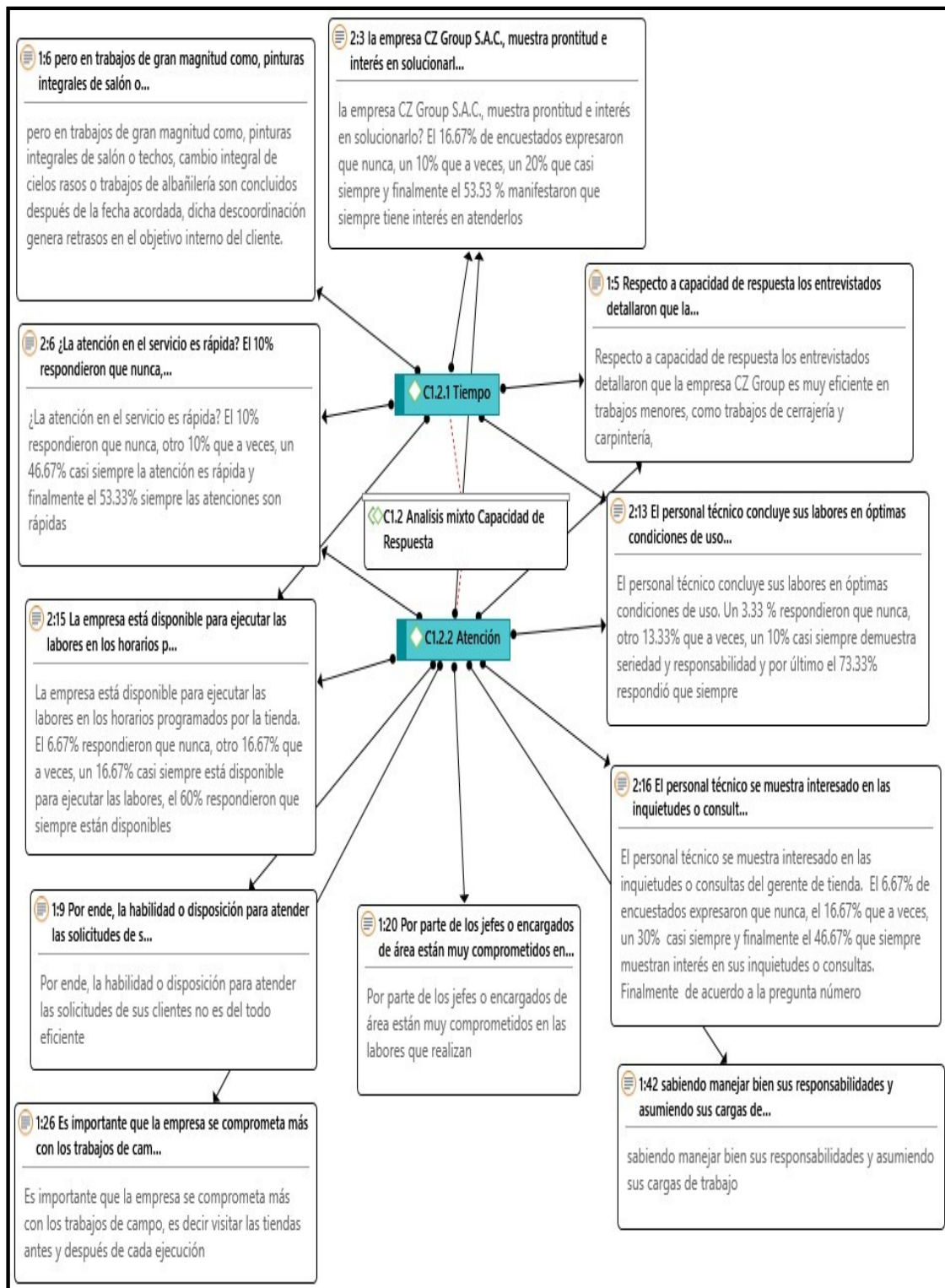


Figura 19. Conclusión mixta correspondiente a la Sub-Categoría Capacidad de Respuesta.

En esta sub categoría según el análisis cuantitativo la capacidad de respuesta está a un 53.33% satisfecha, porque surgen demoras en las atenciones, muchas veces las tiendas tienen que esperar su turno según día de reporte para ser atendidas, perjudicando la imagen de la marca de los establecimientos.

En cuanto al análisis cualitativo podemos definir que la empresa es eficiente en trabajos pequeños que no demandan de mucho tiempo y poca intervención de mano de obra, es importante que la empresa reclute más mano de obra, considerando personal especializada en labores que son dependiente de otras como, por ejemplo, electricidad, gasfitería, soldadura, mueblería entre otros, para poder cubrir o atender proyectos de gran magnitud.

Por otro lado, también carecen de una buena comunicación entre el personal de campo con la gerencia de tienda, los informes por interrupciones municipales o cualquier inconveniente son informados a los supervisores después de tiempo, estos problemas generan retrasos y desconfianza con el cliente para cualquier solicitud de trabajo futuro.

Los supervisores de tienda tienen un objetivo mensual, si la empresa CZ Group demora en los reportes como archivos de carga, documentos de conformidad de trabajos ejecutados o cotizaciones, impacta en el rendimiento del supervisor y ante su gerencia se ven afectados, tanta es la presión que pueden tomar la decisión de buscar otro proveedor que ayude a suplir esos vacíos en las atenciones.

Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría de seguridad.

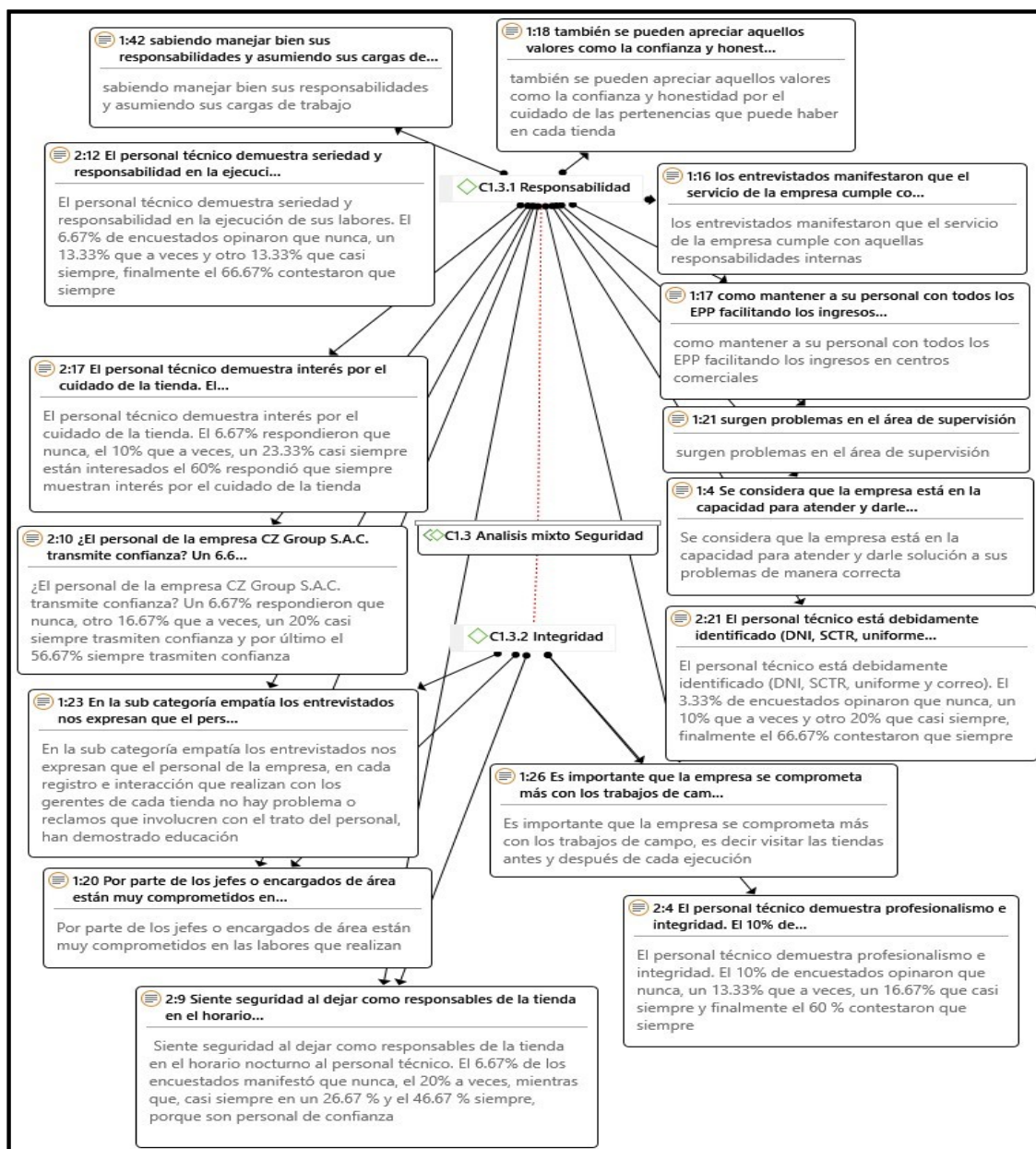


Figura 20. Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría Seguridad.

En cuanto al análisis mixto de Seguridad, los encuestados y entrevistados detallan que encuentran responsabilidad en cada trabajo que ejecuta la empresa, pero es importante mejorar en la supervisión de campo para corregir algunos errores como la seguridad del personal, es decir que el personal cuente con todos los implementos de seguridad al momento de trabajar, adicionalmente que los informes de trabajo de campo sean en las fechas propicias para que puedan buscar una solución, recomienda implementar personal especializado para dar más seguridad a cada labor que ejecutan.

Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría de Empatía.

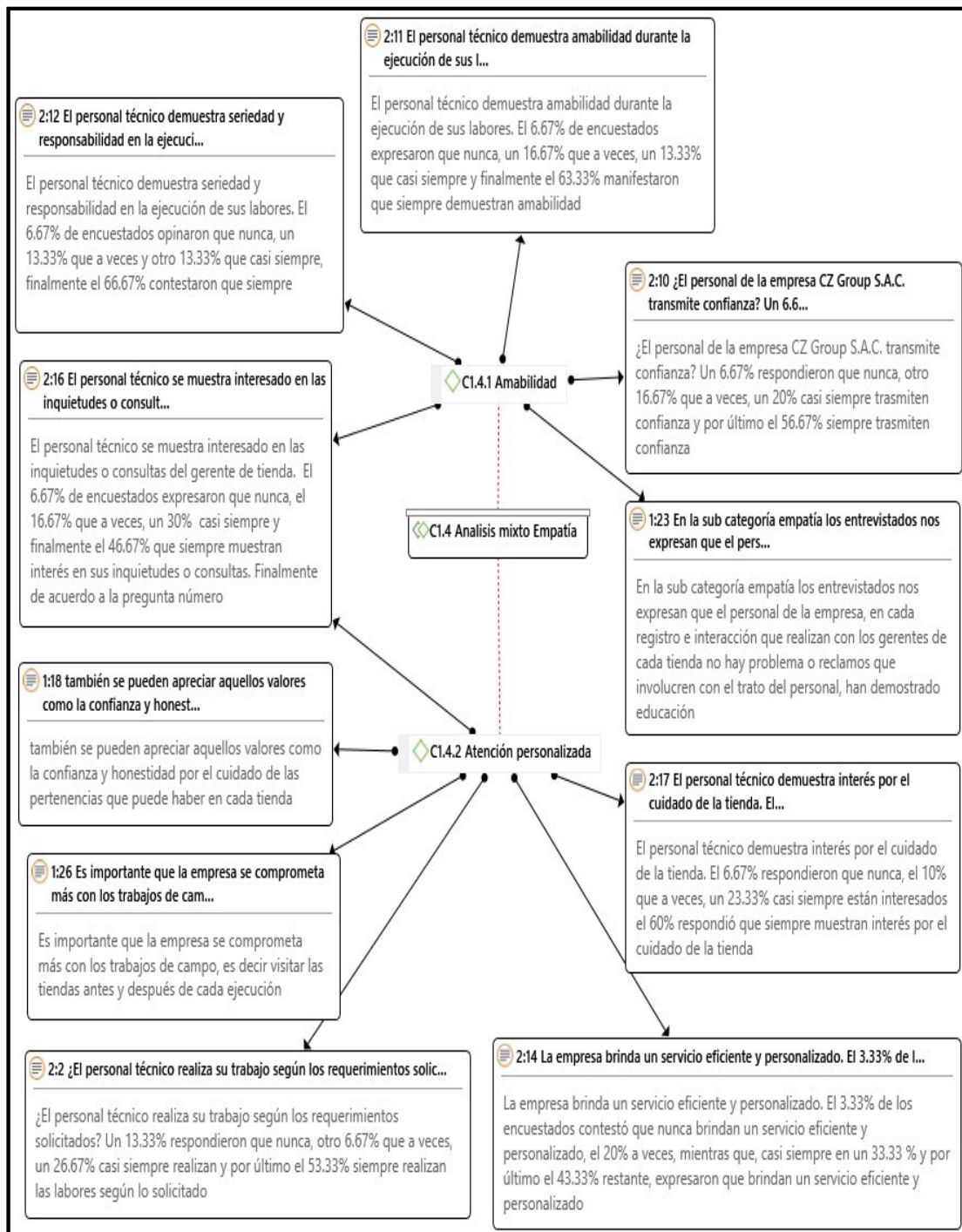


Figura 21. Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría de Empatía.

Respecto a la sub categoría Empatía se pudo determinar que no han surgido muchos inconvenientes, podríamos afirmar que en esta etapa la empresa marcha en un 90% bien. Debería esmerarse en capacitar o guiar a su personal, para que estos sigan demostrando mejores actitudes en el trabajo de campo.

Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría elementos tangibles

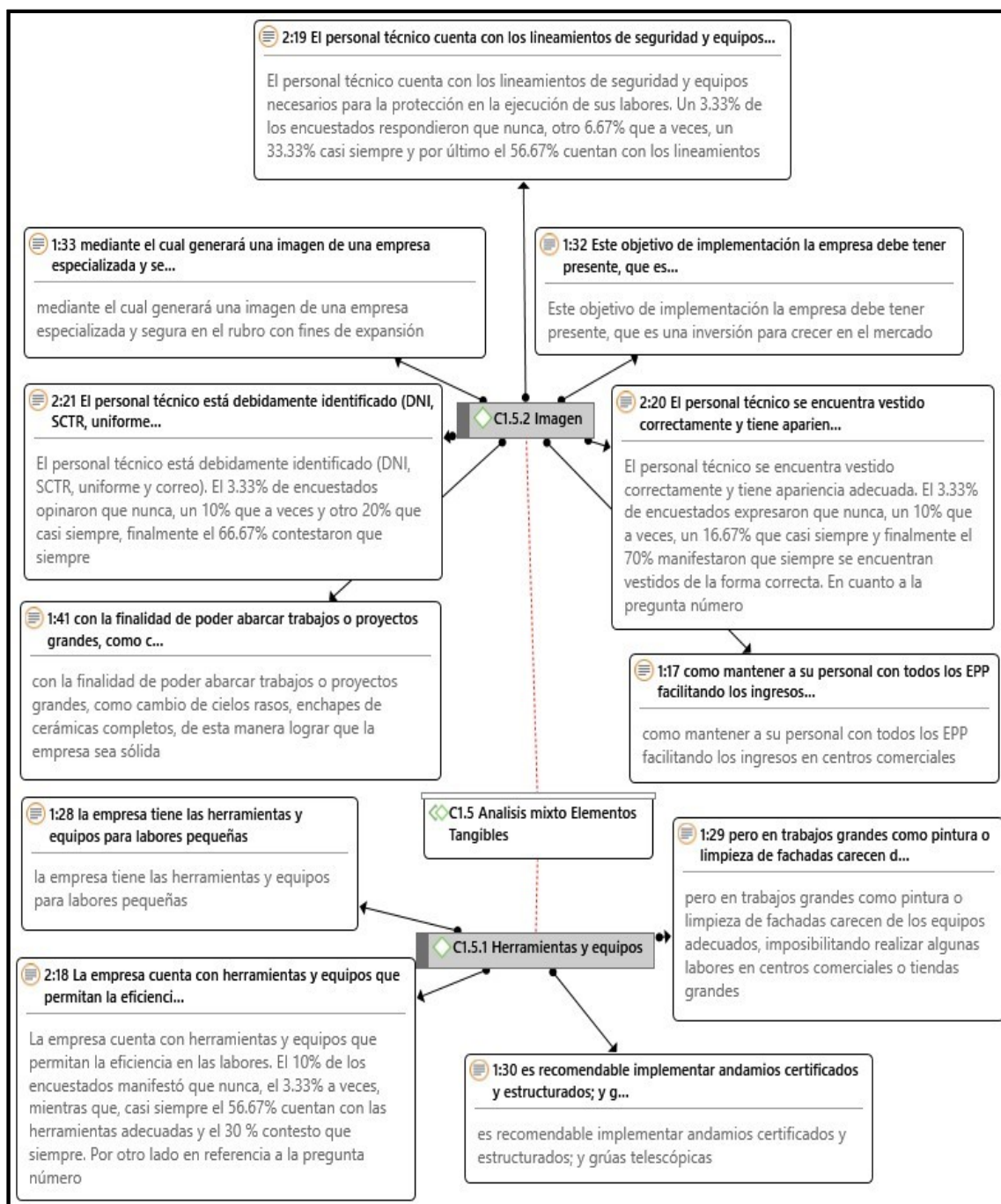


Figura 22. Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría elementos tangibles.

En cuanto a esta sub categoría podemos detallar sobre los elementos tangibles, la empresa carece de equipos y herramientas para desarrollar trabajos de gran magnitud, recomiendan implementar andamios certificados, grúas telescópicas y herramientas que generen menor ruido posible, de esta manera la empresa podrá crecer en el mercado y desarrollar una imagen de empresa competente.

Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría emergente Interacción Humana

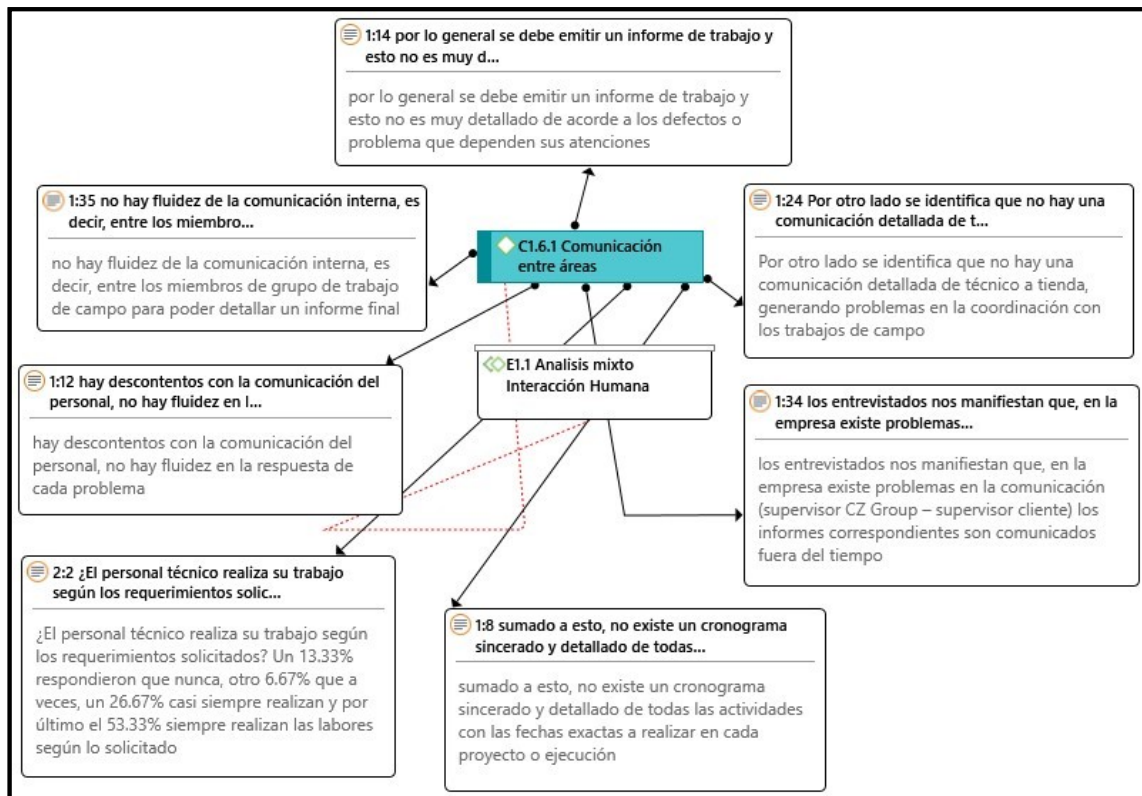


Figura 23. Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría emergente Interacción Humana.

Podemos determinar en esta sub-categoría emergente que no hay comunicación detallada, entre el personal técnico con la tienda, siendo causante en la demora de algunos trabajos, antes de realizar cualquier labor.

No obstante, la empresa no visita las tiendas para emitir un informe detallado de cada actividad a realizar, consecuencia por el cual los problemas de comunicación sobre la ejecución no están muy bien comprendidos por el personal de campo, muchas veces ha sucedido que han ejecutado labores no programadas, que también se puede constatar con el análisis cuantitativo donde se determinó que solo el 53.33% de los entrevistados realiza los trabajos según los requerimientos solicitados, mas no, sobre algún informe de trabajo. También, es importante que la empresa mantenga cronogramas de trabajo sincerando las fechas de ingreso, existe carencia de capacitación, inducción y guía al personal de campo para que no se cometa errores dentro de la ejecución.

Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría emergente Desarrollo Empresarial.

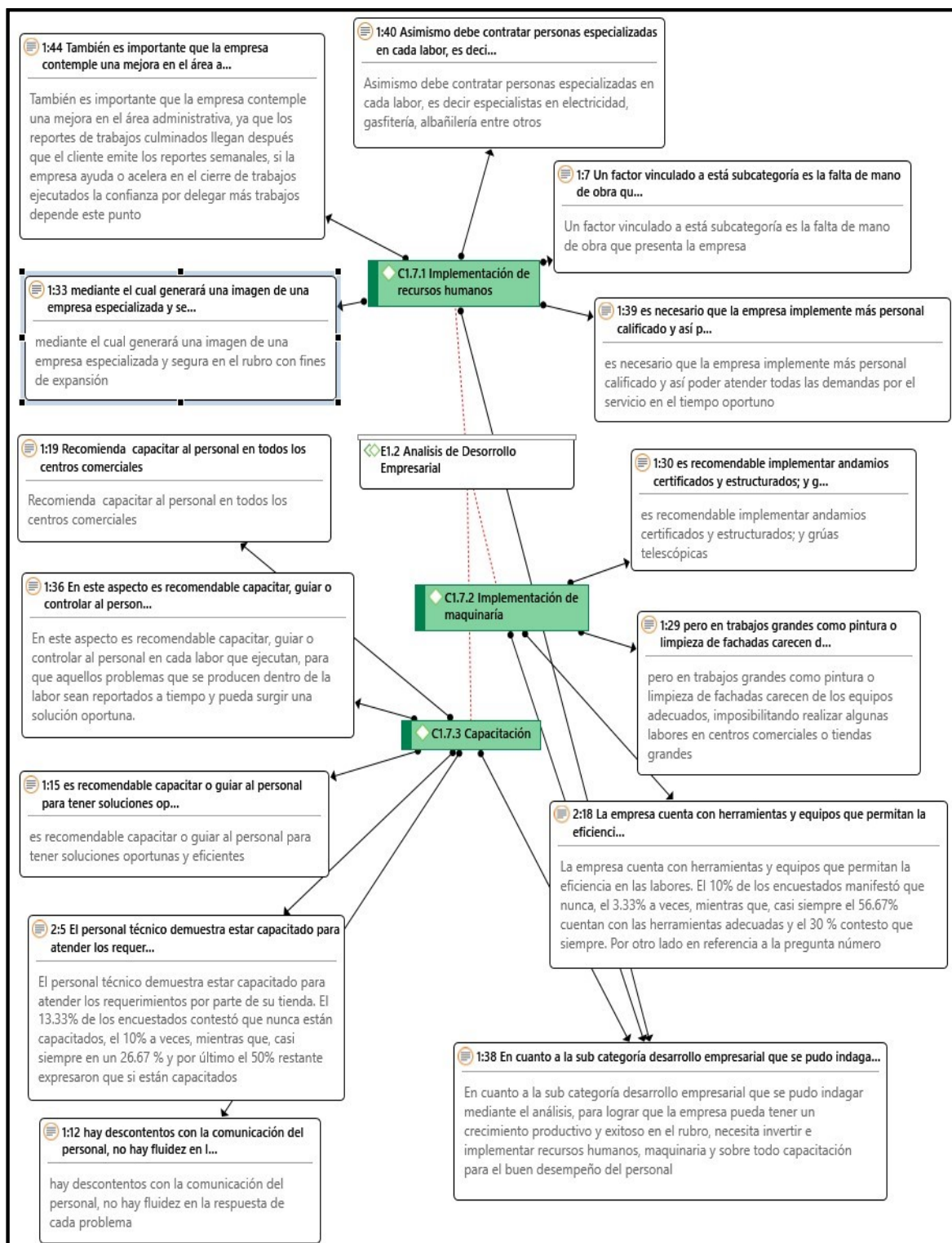


Figura 24. Conclusión mixta correspondiente a la sub-categoría emergente Desarrollo Empresarial.

Se determinó en esta sub categoría emergente, que la empresa necesita implementar mano de obra para suplir las demandas existentes, pero aún más importante que la mano de obra sea calificada o este en la capacidad de ejecutar trabajos complejos y de gran magnitud.

Así mismo buscar ayuda técnica para capacitar al personal en las actividades existentes o nuevas que puedan surgir dentro del rubro de servicios. También se ha visto en la necesidad de invertir en equipos tecnológicos que faciliten la ejecución de los trabajos de campo.

4.2 Propuesta

4.2.1 Fundamentos de la propuesta

El presente estudio de investigación está enfocado a mejorar la calidad en el servicio de mantenimiento y acabados, la empresa a la cual dedicamos el estudio, prestadora de servicios a restaurantes de cinco tenedores y cafeterías muy reconocidas de la capital, para la cual se ha determinado una propuesta denominada “Implementación de un plan para reducir el tiempo, mejorar la comunicación, seguimiento y control en las atenciones del servicio de mantenimiento y acabados de la empresa CZ GROUP SAC en el año 2019”.

Tiene como objetivo, reducir los trabajos preventivos y emergentes de menor esfuerzo, mejorar el seguimiento y la comunicación de los trabajos de campo y administrativos, también es importante disponer de una cartera de proveedores, todo esto para facilitar la solución a sus problemas o necesidades que viene aconteciendo dentro del ambiente interno y externo de la empresa.

Según Deming citado en Cuatrecasas (2012) Si la empresa enfoca todas sus capacidades en mejorar sus procesos redundará en la mejora del sistema productivo y de calidad, es decir si mejoramos los procesos a través de la tecnología podemos generar valor y crecimiento en la compañía, la tecnología es un aliado para que la empresa sea más reconocida y eficiente en cuanto a requerimientos o atenciones.

Podemos tomar como ejemplo a Starbuck citado en Sierra (2019) añade que el buen funcionamiento de una empresa depende mucho de la interacción con el entorno a través de la tecnología, mientras más llamativa y fácil sea esta, mayor será la aceptación.

A través de la teoría de las necesidades según Maslow (1954-1987) los colaboradores de la empresa cumplen un papel importante, ya que mediante este análisis podemos saber las necesidades que tienen cada uno de ellos para desarrollar trabajos de calidad.

4.2.2 Problemas

- A. Demora en las atenciones de solicitudes emergentes y trabajos de gran magnitud.
- B. Falta de comunicación sobre los problemas que generan contra tiempos en las labores de campo.
- C. Carencia de equipos y herramientas para trabajos de gran magnitud.

4.2.3 Elección de la alternativa de solución

Ante los problemas que tiene la empresa como lo son: la rapidez en la atención, Falta de comunicación sobre los problemas que generan contra tiempos en las labores de campo, Carencia de equipos y herramientas para trabajos de altura y de gran magnitud, Demora en las atenciones de solicitudes emergentes y trabajos de gran magnitud, siendo estos los determinantes de la insatisfacción de los clientes y el desarrollo de la compañía, para la cual se proponen cuatro alternativas de solución.

Item	Alternativas de solución	Descripción
1	Implementación de personal técnico (Rapid Team) para atender trabajos preventivos de menor esfuerzo.	Rapid Team, consiste en tener mano de obra a través de personal técnico, con la finalidad de poder atender requerimientos de menor esfuerzo como son: cambio de chapas, nivelación de puertas de madera, cambio de baldosas, retoques de pintura y otras actividades que demanden del menor tiempo posible.
2	Implementar un módulo de seguimiento y comunicación mediante el portal Web de la empresa.	Para mejorar la comunicación y seguimiento a los trabajos ejecutados, programados y cotizados se plantea un módulo de seguimiento, donde la misma empresa podrá colgar sus informes, archivos de carga y cotizaciones en el menor tiempo posible con la finalidad de tener un control adecuado por cada actividad o tienda que se ejecute. Asimismo, cabe resaltar que la información que maneja la empresa ocupa mucho espacio a través de los correos electrónicos y muchas veces no llegan enviarse y se pierde la información.
3	Plan para formar alianzas estratégicas con proveedores de equipos y herramientas para trabajos en altura.	La empresa carece de equipos de altura y herramientas para trabajos de gran magnitud, por esta razón es importante aliarse con otros proveedores, que le darán soporte en estas actividades, de esa manera la empresa ahorra espacio y mantenimiento; y sigue cumpliendo con sus clientes.

Cuadro 2. Alternativa de solución

Fuente: Elaboración propia.

4.2.4 Objetivos de la propuesta

1. Reducir el tiempo de atención preventivos de menor esfuerzo.
2. Mejorar el seguimiento y comunicación de los trabajos de campo y administrativos.
3. Disponer de una cartera de proveedores.

4.2.5 Justificación de la propuesta

Mediante la implementación del plan, se busca reducir el tiempo, mejorar la comunicación, seguimiento y control en las atenciones del servicio de mantenimiento y acabados, se alcanzará reducir los tiempos en las atenciones preventivas emergentes, ya que al disponer de personal en 4 zonas será suficiente para cubrir las emergencias.

De esta manera daremos lugar para que la empresa pueda cumplir con los requerimientos correctivos y preventivos de gran magnitud o de mayor esfuerzo, mejorar la comunicación mediante un seguimiento, los avances de cada trabajo serán actualizados por el mismo jefe de grupo o quienes realizan los trabajos de campo, mediante la página Web con informes fotográficos y videos donde evidencien cualquier avance o interrupción, también se busca las alianzas con proveedores que alquilen equipos o herramientas para trabajos de altura o trabajos de gran magnitud, como: asfaltos, pintura en fachadas, cambio de cielo rasos y trabajos de albañilería.

La empresa no cuenta con espacio de almacenamiento es mejor tercerizar el servicio de alquiler de equipos. En efecto se busca un crecimiento de la empresa a través, de personal técnico calificado, de la tecnología abarcando los diferentes segmentos del mercado peruano generando modernización y crecimiento.

4.2.6 Desarrollo de la propuesta

Propuesta N° 1	Reducir el tiempo de atención en los trabajos preventivos de menor esfuerzo.
Objetivo N° 1	Implementación de personal técnico (Rapid Team) para atender trabajos preventivos de menor esfuerzo.

Actividad	Tareas	Responsables	Logro parcial	Tiempos
Zonificar las tiendas entre restaurantes y cafeterías en la ciudad de Lima Metropolitana	<ul style="list-style-type: none"> * Listar todos los restaurantes y cafeterías con nombres y ubicación. * Clasificar a 4 zonas según la distribución y cercanía entre tiendas. * Organizar y priorizar las tiendas de mayor relevancia. 	Arquitectas / Gestor de Proyecto	Creación de 4 zonas estratégicas para la atención de trabajos emergentes.	10 días
Selección de personal técnico para realizar trabajos preventivos de menor esfuerzo	<ul style="list-style-type: none"> * Reclutamiento de personal, mediante anuncio publicado en las páginas de trabajo. * Selección de personal según expediente y habilidades en el campo de mantenimiento y acabados. * Entrevista personal con los candidatos clasificados. * Selección de 4 finalistas. * Firma de Contrato. * Personal Rapid Team 	Equipo de RRHH	Selección de 4 técnicos especialistas, quienes serán los encargados de realizar los trabajos preventivos y emergentes en cada zona.	15 días
Inducción al personal seleccionado en los trabajos a realizar.	<ul style="list-style-type: none"> * Inducción al personal seleccionado por 15 días bajo la supervisión del equipo de campo. 	Equipo de RRHH	Personal técnico capacitado en las labores	15 días
Gestionar e informar el estado de los trabajos realizados.	<ul style="list-style-type: none"> * Revisar que las tareas ejecutadas sean informadas en finalizar el día * De presentarse errores, informar al Gestor de Proyectos. 	Equipo informático	Encargados de cada zona los trabajos concluidos	1 día

Cuadro 3. Propuesta número 1

Fuente: Elaboración propia.

Presupuesto N° 1

Actividad	Materiales y mano de obra	Und	C/U	Costo Total
Zonificar las tiendas entre restaurantes y cafeterías en la ciudad de Lima Metropolitana.	Movilidad para visitar las tiendas	10	20	200.00
	Personal para visitar las tiendas	10	45	450.00
	Impresión de documentos	1	35	35.00
Selección de personal técnico para realizar trabajos preventivos de menor esfuerzo.	Movilidad para visitar las tiendas	10	20	200.00
	Personal para visitar las tiendas	10	45	450.00
	Impresión de documentos	1	45	45.00
	Motocicleta	1	3500	3,500.00
	Soat	1	400	400.00
	Personal Rapid Team	4	1500	6,000.00
Inducción al personal seleccionado en los trabajos a realizar.	Expertos para capacitar al personal	15	60	900.00
	Herramientas y equipos	4	290	1,160.00
	Uniformes para el personal	4	180	720.00
	Movilidad	1	120	120.00
Gestionar e informar el estado de los trabajos realizados.	Personal para gestionar	30	50	1,500.00
Total del presupuesto				15,680.00

Cuadro 4. Presupuesto N° 1

Fuente: Elaboración propia.

Plan de contingencia N° 1

Actividad	Justificación
Zonificar las tiendas entre restaurantes y cafeterías en la ciudad de Lima Metropolitana	Levantar información para ver la criticidad de cada tienda y realizar el análisis de cada una en base a visitas programadas con el gerente de tienda.
Selección de personal técnico para realizar trabajos preventivos de menor esfuerzo	Se realizara la publicación en periódicos, carteles mural en ferretería y portales de trabajo para poder captar la mayor cantidad de candidatos posibles.
Inducción al personal seleccionado en los trabajos a realizar.	Se entregará un manual impreso de proceso de trabajo y lista de tiendas con sus direcciones para el desarrollo de sus actividades.
Gestionar e informar el estado de los trabajos realizado	Se desarrollará un procedimiento y un formato para los informes de entrega de trabajos concluidos.

Cuadro 5. Plan de contingencia N° 1

Fuente: Elaboración propia.

Diagrama de Gantt N° 1

Actividad	Inicio	Dias	Fin	Enero	Febrero	Marzo
Zonificar las tiendas entre restaurantes y cafeterías en la ciudad de Lima Metropolitana	2/01/2020	10	12/01/2020	10 días		
Selección de personal técnico para realizar trabajos preventivos de menor esfuerzo	13/01/2020	15	28/01/2020	15 días		
Inducción al personal seleccionado en los trabajos a realizar.	29/01/2020	15	13/02/2020		15 días	
Gestionar e informar el estado de los trabajos realizado	14/02/2020	30	15/03/2020			30 días

Cuadro 6. Diagrama de Gantt N° 1

Fuente: Elaboración propia.

Indicadores

$$\text{Clientes satisfechos} = \frac{\text{Muy Satisfechos}}{30 \text{ tiendas encuestadas}}$$

$$\text{Tiempo de entrega} = \frac{\text{Reducción de quejas}}{30 \text{ tiendas encuestadas}}$$

Producto N° 1

Rapid Team consiste en tener mano de obra a través de personal técnico motorizado, con la finalidad de poder atender requerimientos de menor esfuerzo como son: cambio de chapas, nivelación de puertas de madera, cambio de baldosas, retoques de pintura y otras actividades que demanden del menor tiempo posible.



Figura 25. Producto N° 1 Servicio Rapid Team

Fuente: Elaboración propia.

Producto N° 2

A través del servicio Rapid Team los técnicos necesitaran y haran uso de algunos materiales, que la misma empresa puede comprar y proveer durante las labores que realice el personal técnico, de esta manera la empresa podra cobrar un porcentaje adicional generando mayores ingresos.

PRODUCTO N° 2: Comercialización de productos		
		Chapas para puertas de vidrio y madera 20%
		Piezas de baldosas por unidad 25%
		Pintura para pared y linea de estacionamiento 15%
		Cintas antideslizantes 35%

Cuadro 7. Producto N° 2 Comercialización de productos

Fuente: Elaboración propia.

Propuesta N° 2	Mejorar el seguimiento y comunicación de los trabajos de campo y administrativos
Objetivo N° 2	Implementar un módulo de seguimiento y comunicación mediante el Portal Web de la empresa.

Actividad	Tareas	Responsables	Logro parcial	Tiempos
Implementar el módulo de seguimiento y comunicación de trabajos de campo.	<ul style="list-style-type: none"> * Configuración del servidor de aplicaciones. * Configuración del servidor de base de datos. * Restaurar la copia de seguridad de base. datos en el servidor de producción. * Restaurar el módulo de seguimiento en el servidor de aplicaciones. 	Gerencia	Implementación del módulo de seguimiento y control en el portal web de la empresa.	10 Días
Capacitar al personal administrativo en el manejo del módulo de seguimiento y comunicación de los trabajos de campo.	<ul style="list-style-type: none"> * Capacitar al personal administrativo en el módulo de seguimiento y comunicaciones 	Gerencia / Personal administrativo / clientes	Personal administrativo capacitado.	15 Días
Capacitar al personal de sistemas en la creación de perfiles de acceso según roles y tipos de usuario.	<ul style="list-style-type: none"> * Se capacitará al personal de sistemas en la administración del sistema y la creación de perfiles, roles y tipos de usuarios. 	Gestor de proyecto / Sistemas	Personal de sistema capacitado en la reacción de usuarios y perfiles.	15 Días
Implementar reportes e informes automáticos para trabajos culminados y notificación a los arquitectos encargados.	<ul style="list-style-type: none"> * Se instalará a nivel del servidor un componente que genere los reportes para las notificaciones automáticas de trabajos retrasados. * Se instalará el componente que informe de forma automática a los supervisores o arquitectos sobre los trabajos concluidos. 	Gestor de proyecto / Sistemas	Personal de sistema capacitado en la generación de reportes y informes automáticos	30 Días

Cuadro 8. Propuesta N° 2

Fuente: Elaboración propia.

Presupuesto N° 2

Actividad	Materiales y mano de obra	Und	C/U	Costo Total
Implementar el módulo de seguimiento y comunicación de trabajos en campo.	Personal para la configuración del servidor de aplicaciones.	3	120	360.00
	Personal para la configuración del servidor de base de datos.	3	120	360.00
	Personal para restaurar la copia de seguridad de base datos en el servidor de producción.	2	120	240.00
	Personal para restaurar el módulo de seguimiento en el servidor de aplicaciones.	2	120	240.00
	Movilidades y refrigerio	10	18	180.00
Capacitar al personal administrativo en el manejo del	Especialista para pagar capacitar	15	120	1,800.00
	Copias de manuales	30	8	240.00
Capacitar al personal de sistemas en la creación de perfiles de acceso según roles y tipos de	Especialista para pagar capacitar en la creación de perfiles	15	120	1,800.00
	Copias de manuales	30	8	240.00
Implementar reportes e informes automaticos para trabajos culminados y notificación a los arquitectos encargados.	Personal para reportes informaticos	30	80	2,400.00
Total del presupuesto				7,860.00

Cuadro 9. Propuesta N° 2

Fuente: Elaboración propia.

Plan de contingencia N° 2

Actividad	Justificación
Implementar el módulo de seguimiento y comunicación de trabajos en campo.	Se entregará el enlace del sistema instalado en el portal web de la empresa, adjuntando un manual de instalación y configuración.
Capacitar al personal administrativo en el manejo del módulo de seguimiento y comunicación de los trabajos de campo.	Se entregará el manual de uso del módulo de seguimiento y comunicación al personal administrativo, en la capacitación.
Capacitar al personal de sistemas en la creación de perfiles de acceso según roles y tipos de usuario.	Se entregará el manual de uso del módulo de seguimiento y comunicaciones al personal administrativo, en la capacitación.
Implementar reportes e informes automáticos para trabajos culminados y notificación a los arquitectos encargados.	Se entregará al final del día, vía correo electrónico los informes de trabajos culminados y trabajos pendientes de ejecución.

Cuadro 10. Plan de contingencia N° 2

Fuente: Elaboración propia.

Diagrama de Gantt N° 2

Actividad	Inicio	Dias	Fin	Enero	Febrero	Marzo
Implementar el módulo de seguimiento y comunicación de trabajos en campo.	12/01/2020	10	22/01/2020	10 días		
Capacitar al personal administrativo en el manejo del módulo de seguimiento y comunicación de los trabajos de campo.	23/01/2020	15	7/02/2020	15 días		
Capacitar al personal de sistemas en la creación de perfiles de acceso según roles y tipos de usuario.	8/02/2020	15	23/02/2020		15 días	
Implementar reportes e informes automáticos para trabajos culminados y notificación a los arquitectos encargados.	24/02/2020	30	25/03/2020			30 días

Figura 26. Diagrama de Gantt N° 2

Fuente: Elaboración propia.

Indicadores

$$\text{Seguimientos de Órdenes} = \frac{\text{Órdenes atendidas}}{\text{Total de ordenes}}$$

$$\text{Mejora de la comunicación} = \frac{\text{Reducción de errores}}{\text{Cantidad de trabajos asignados}}$$

Producto N° 3

A través del módulo de seguimiento podemos generar informes de trabajo con un modelo específico, imágenes y videos de cada trabajo que el cliente o usuario lo puede descargar en cualquier momento, de la misma manera servirá como almacenamiento para cualquier requerimiento futuro.

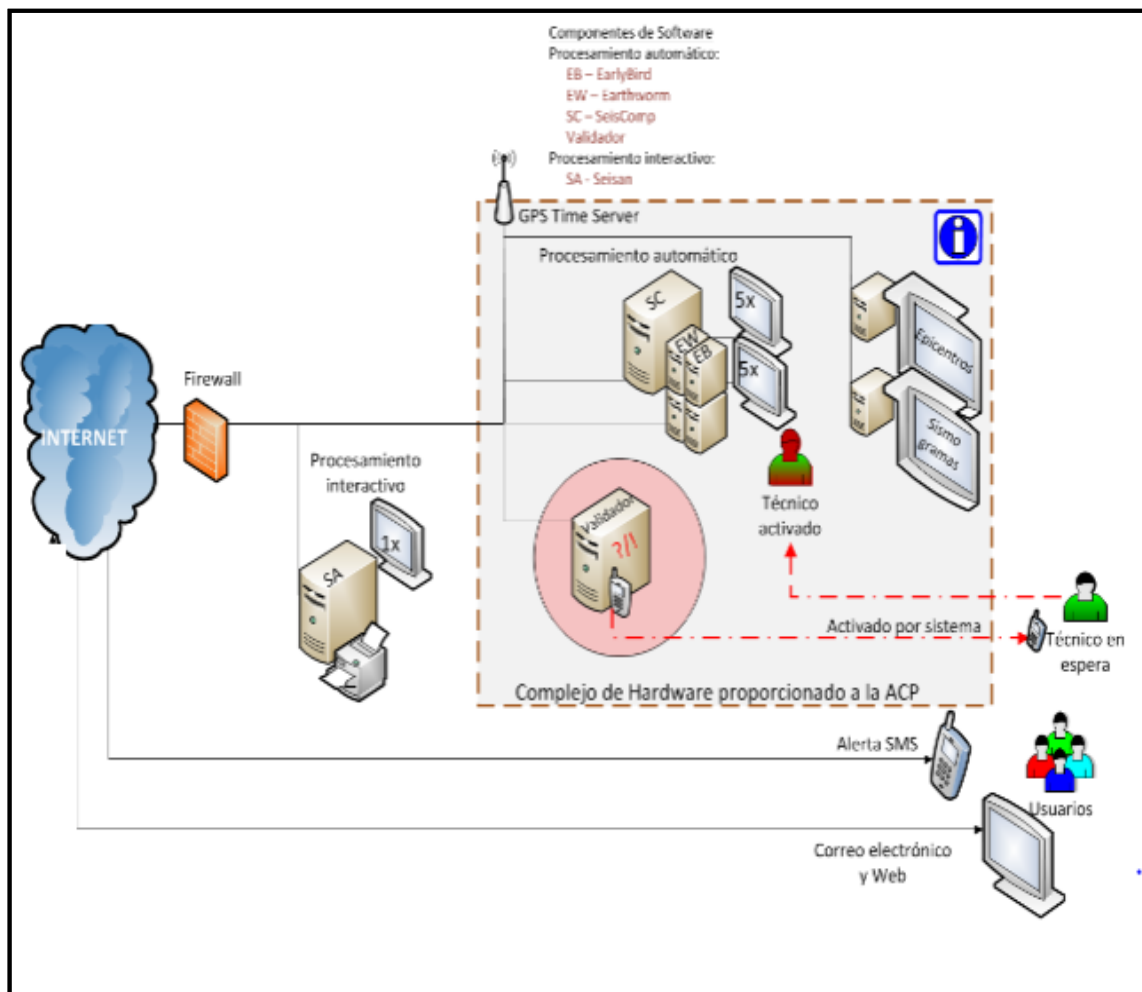


Figura 27. Producto N° 3

Fuente: Elaboración propia.

Producto N° 4

Mediante el sistema de alertas podrán informarse de trabajos culminados, interrupciones municipales o cualquier otro particular que involucre la suspensión del trabajo. Asimismo, permitirá dar seguimiento a los trabajos que estén retrasados y servirá como un portal para cerrar los archivos de carga, que son dependientes para el rendimiento de los supervisores zonales.



Figura 28. Producto N° 4

Fuente: Elaboración propia.

Propuesta N° 3	Formar alianzas estratégicas con proveedores de equipos y herramientas para trabajos en altura y de gran magnitud.
Objetivo N° 3	Disponer de una cartera de proveedores

Actividad	Responsables	Tareas	Logro parcial	Tiempos
Presentación a la Gerencia el plan de trabajo para formar alianzas estratégicas con proveedores que cuenten con herramientas y equipos de altura.	Gerencia / Gestor de Proyecto	<ul style="list-style-type: none"> * Separar sala de reuniones. * Llamar a las empresas que cuenten con equipos de trabajo de altura. * Presentar plan de trabajo a realizar con los proveedores. * Firma de acuerdos realizados en la reunión. 	Aprobación del plan.	5 Dias
Realizar reuniones con los proveedores para presentar el plan de alianzas estratégicas con la empresa CZ Group.	Gestor de Proyecto / Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> * Separar sala de reuniones. * Citar a proveedores. * Presentación de los trabajos que realiza el proveedor. * Explicar el plan de trabajos y la alianza que se pretende realizar. 	Seleccionar a los proveedores idóneos.	15 Dias
Reunión para la selección de los proveedores seleccionados para formar parte de la cartera.	Gerencia / Gestor de Proyecto	<ul style="list-style-type: none"> * Presentar a la gerencia la lista de proveedores pre-seleccionados. * Definir lista de proveedores para firmar alianza estratégica. 	Cartera de proveedores aptos.	15 Dias
Elaborar formato de contratos para las alianzas estratégicas.	Administración / Gestor de Proyecto	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar contrato de trabajo para proveedores seleccionados. * Enviar contrato previo al proveedor via correo electrónico para su validación y ajustenecesarios. 	Formato de contrato terminados.	10 Dias
Firma de contratos de Alianzas entre el proveedor y empresa.	Gerencia y proveedores	<ul style="list-style-type: none"> * Separar sala de reuniones. * Firma de contrato del socio estratégico. 	Contratos firmados.	15 Dias
Seguimiento y control.	Supervisor de campo	<ul style="list-style-type: none"> * Realizar inspección a los trabajos que se viene ejecutando con los socios estratégicos. * Informe de avances a la Gerencia sobre los trabajos ejecutados en los últimos 15 días. 	Cumplimiento con los trabajos de altura y de gran magnitud.	15 Dias

Cuadro 11. Propuesta N° 3

Fuente: Elaboración propia.

Presupuesto N° 3

Actividad	Materiales y mano de obra	Und	C/U	Costo Total
Presentación a la Gerencia el plan de trabajo para formar alianzas estratégicas con proveedores que cuenten con herramientas y equipos de altura.	Personal para la búsqueda de proveedores	1	60	60.00
	Llamadas telefónicas	1	15	15.00
	Impresión del plan de trabajo	5	15	75.00
	Impresión de acuerdo	1	15	15.00
Realizar reuniones con los proveedores para presentar el plan de alianzas estratégicas con la empresa CZ Group.	Llamadas telefónicas	1	15	15.00
	Impresión del plan de trabajo	10	15	150.00
Reunión para la selección de los proveedores seleccionados para formar parte de la cartera.				
Elaborar formato de contratos para las alianzas estratégicas.	Personal para la elaboración de contrato	3	80	240.00
	Impresión de contratos	1	15	15.00
Firma de contratos de Alianzas entre el proveedor y empresa.				
Seguimiento y control.	Personal para el seguimiento	1	95	95.00
	Personal para redactar los informes	1	80	80.00
Total del presupuesto				760.00

Cuadro 12. Presupuesto N° 3

Fuente: Elaboración propia.

Plan de contingencia N° 3

Actividad	Justificación
Presentación a la Gerencia el plan de trabajo para formar alianzas estratégicas con proveedores que cuenten con herramientas y equipos de altura.	Si la empresa rechazara la propuesta, se realizará un informe detallado donde se evidencien los beneficios y el crecimiento que puede tener la empresa al negociar estas alianzas.
Realizar reuniones con los proveedores para presentar el plan de alianzas estratégicas con la empresa CZ Group.	Se comunicará de forma presencial al menos 5 empresas para realizar las alianzas dejándoles folletos de lo que se pretende realizar.
Reunión para la selección de los proveedores seleccionados para formar parte de la cartera.	En caso que ninguno cumpla, se procederá a usar la lista de proveedores con los que cuenta el cliente.
Elaborar formato de contratos para las alianzas estratégicas.	Si en ambas partes se generarían dudas a la firma del contrato, se sugiere realizar pruebas para analizar y medir el funcionamiento de este acuerdo.
Seguimiento y control.	En caso que el proveedor no cumpla con los estándares dentro del periodo de pruebas se cambiara por otros que se tiene en la cartera.

Cuadro 13. Plan de contingencia N° 3

Fuente: Elaboración propia.

Diagrama de Gantt N° 3

Actividad	Inicio	Dias	Fin	Enero	Febrero	Marzo
Presentación a la Gerencia el plan de trabajo para formar alianzas estratégicas con proveedores que cuenten con herramientas y equipos de altura.	2/01/2020	5	7/01/2020	5 días		
Realizar reuniones con los proveedores para presentar el plan de alianzas estratégicas con la empresa CZ Group.	8/01/2020	15	23/01/2020	15 días		
Reunión para la selección de los proveedores seleccionados para formar parte de la cartera.	24/01/2020	15	8/02/2020		15 días	
Elaborar formato de contratos para las alianzas estratégicas.	9/02/2020	10	19/02/2020		10 días	
Seguimiento y control.	20/02/2020	15	6/03/2020			15 días

Cuadro 14. Diagrama de Gantt N° 3

Fuente: Elaboración propia.

Indicadores

$$\text{Desempeño} = \frac{\text{Evaluación de desempeño}}{\text{Demanda}}$$

$$\text{Ingresos} = \frac{\text{Trabajos atendidos}}{\text{Demanda}}$$

Producto N° 5

En el nuevo portafolio mostraremos nuevos servicios que complementen el rubro de la empresa, que se dará a través de las alianzas estratégicas con los proveedores, con el propósito de poder cumplir todos los requerimientos solicitados en el tiempo oportuno.

PRODUCTO N° 1: Nuevo portafolio de servicios			
Andamios estructurados	Grúas telescópicas	Trompos mezcladores	Compresoras industriales
			
Pintura de fachadas Enchape de fachadas Limpieza de fachadas Limpieza de letras y letreros	Limpieza de letreros Limpieza de Tottem Pintura de fachadas Limpieza de fachadas	Construcción de veredas Tarrajes en paredes Vaciado de concreto Trabajos de albañilería en general	Pintura de asfaltos Pintura de sardineles Pintura de líneas de tránsito Pintura de veredas

Figura 29. Producto N° 5

Fuente: Elaboración propia.

Producto N° 2

Mediante la propuesta se diseñarán modelos de contratos únicos, con acuerdos y porcentajes de ganancias que beneficien a ambas empresas.

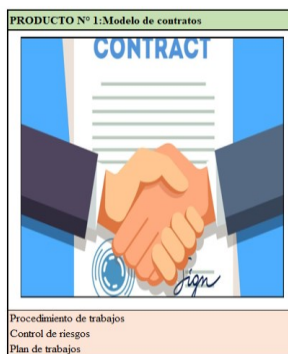


Figura 30. Producto N° 5

Fuente: Elaboración propia.

4.3 Discusión

El presente estudio tiene como finalidad, la Implementación de un plan para mejorar la calidad en el servicio de mantenimiento y acabados de la empresa CZ Group SAC en el año 2019. Logrando mejorar los tiempos de atención, comunicación fluida y tercerización de herramientas o equipos a través de las alianzas estratégicas con los proveedores.

Apoyándose en la creciente demanda por los servicios de mantenimiento, la empresa busca desarrollarse en el rubro, implementando un plan de mejora, generando grandes cambios internos y externos, beneficiándose de la tecnología para ofrecer un servicio de forma rápida sin mucha necesidad de un trámite administrativo, el apoyo también se daría de forma social ya que integraríamos a la mano obrera desocupada o personas con oficios temporales.

En los resultados del estudio se pudo determinar los principales problemas que generan la baja calidad en el servicio de la empresa CZ Group S.A.C., los cuales están asociados a la demora en los tiempos de atención, la baja comunicación y la carencia de elementos tangibles.

Comparando con los estudios realizados por otros tesisistas, la cual nosotros denominamos antecedentes, según Blasco & Oltra Badenes (2015) quienes realizaron una investigación sobre la mejora del proceso de la gestión del cambio normal en una empresa de servicios de tecnología de información en la ciudad de España, mediante el cual determinaron que el cambio en los procesos a través de tecnología con el fin de abreviar ciertas actividades administrativas ayudaría al desarrollo de la empresa.

Gaitán (2017) realizó un estudio basado en un proyecto de mejora de servicio al cliente en una empresa distribuidora, tenía como objetivo mejorar la calidad del servicio al cliente, ya que surgían demoras en las entregas de los productos, por lo que era justo y necesario realizar un cambio en los procesos para poder tener un crecimiento económico, entre sus propuestas fue el árbol de decisiones, a través de este habría una perspectiva

más clara de los objetivos de la empresa que orienten a tomar decisiones en los procesos, también propuso un plan para generar un cambio en el personal mediante la comunicación y motivación que permitan realizar atenciones oportunas.

Serafín (2016) mediante su investigación desarrolló los atributos notables de la calidad del servicio que conllevan a repetir la compra en ciertos establecimientos de servicio o tiendas comerciales, a través del estudio determinó que existen varias variables que implican en una post compra, una de ellas es la rapidez en las atenciones, la comunicación que puedan tener los empleados al momento de darse el servicio, por lo cual es importante que la gerencia se provea de buenos recursos ya sea mano de obra o equipamiento para realizar un servicio de calidad y en el tiempo justo.

Rodríguez (2018) en su investigación realizada se basó en un plan para mejorar la calidad en el servicio de una empresa de cafetería, el objetivo fue plantear un cambio en la atención del cliente, puesto que este era un tanto insatisfecho, para obtener una mejora en la calidad del servicio, mediante el cual propuso diversificación en los productos a través de una nueva cartilla de pedidos, donde los tiempos de espera en la atención sean mínimos, el trato del personal refleje calidez, trayendo consigo mayores transacciones.

Fernández & Ramírez (2017) su investigación está basada en una propuesta de mejora, enfocado en la gestión por procesos para incrementar la productividad en una empresa distribuidora, la investigación tiene como objetivo incrementar la producción, la causa de los problemas tiene origen porque la empresa no contaba con un sistema de cotizaciones que le ayudara a llevar un control adecuado de sus requerimientos aprobados, la gerencia no ha decidido renovar sus herramientas y equipos, muchas de ellas sufren desperfectos en plena ejecución y no tienen un plan de contingencia o socio estratégico para poder cubrir las demandas, los clientes han esperado demasiado tiempo por sus productos, tomando la decisión de ya no requerir futuros pedidos, para los investigadores es importante proponer un plan donde se cambien los procesos que ayuden a la productividad y renovar maquinaria o equipos para lograr atenciones satisfechas.

Tam (2018) en su estudio enfocado al uso de plataformas digitales o portales Web para agilizar, mejorar la comunicación y los tiempos en el servicio, tiene como objetivo plantear el uso de plataformas digitales o portales Web para evitar las largas colas, sin la necesidad de percibir la mala atención de los trabajadores y que el usuario no pase molestias o tal vez tiempo perdido visitando la oficina de la entidad, tiempo que lo puede emplear en otras actividades, pudiendo realizar indistinto trámite desde cualquier aplicativo celular o computador, y aprovechar las bondades tecnológicas para reducir el costo en mano de obra.

Existen muchos conceptos sobre la calidad de un servicio, las empresas muchas veces no incluyen el 100% de sus fortalezas para la satisfacción de sus clientes, descuidan ese punto, cuando es esencial para el crecimiento de cualquier empresa o área de servicios.

En CZ Group S.A.C. Se necesita mejorar los procesos en la atención implementando personal especializado, considerando capacitaciones constantes sobre las salud y riesgos de las labores de campo, mejorar la comunicación a través de un módulo tecnológico mediante la página web, por medio del cual se comparte información de manera instantánea, logrando eficiencia comunicativa para el logro de objetivos y toma de decisiones de cualquier actividad en particular. También, asociarse con proveedores de elementos tangibles para generar un mayor crecimiento, desarrollo, expansión y cumplir con las atenciones de las demandas del rubro.

Finalmente es importante que aplique las propuestas con el fin de mejorar los procesos y tiempos de atención en cada solicitud, es importante mencionar que las propuestas pueden ser aplicadas en otras empresas del mismo rubro o similares.

CAPÍTULO V
CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

5.1 Conclusiones

Primero: Mediante la investigación se pudo detectar que la empresa provee un servicio con demoras en los tiempos de entrega, sobre todo si se trata de trabajos de gran magnitud, existen muchos factores, dentro de ellos está la falta de mano de obra que presenta la empresa, la baja comunicación de los acontecimientos que se generan en el trabajo de campo ya sea por interrupciones municipales o el informe final después de haber concluido la labor, también existe falta de implementación de equipos y herramientas para trabajos en altura.

Segundo: A través de las diferentes teorías que ayudaron al aporte de la investigación para proponer la mejor alternativa de solución, el estudio realizado mediante el enfoque mixto, en ambas herramientas pudimos detectar que el problema en la calidad es la demora, comunicación y equipos, estas deficiencias causan la insatisfacción en la prestación de sus servicios.

Tercero: Las teorizaciones de categorías y subcategorías que se plasmaron en el marco conceptual que sirven como base para el desarrollo y sustento de la presente investigación, han sido elegidas de acuerdo a la variable problema.

Cuarto: Finalmente, como parte de la mejora para la presente investigación realizada a la empresa CZ Group S.A.C., se han desarrollado varias matrices para la propuesta de solución, donde se especifican las actividades, logros, tiempo, costos y procesos requeridos para la implementación de la propuesta, contemplando los módulos de comunicación, seguimiento y control en las atenciones del servicio de mantenimiento y acabados. Así como, un plan de alianzas estratégicas con proveedores de equipos y herramientas para trabajos en altura y de gran magnitud.

5.2 Sugerencias

- Primero:** Se sugiere la implementación de la propuesta, con la finalidad de mejorar o reducir los tiempos en la atención, desarrollar una comunicación efectiva a través de los módulos de seguimiento y control. Asimismo, contar con una cartera priorizada de proveedores para atender trabajos de altura y gran magnitud que son demandantes por la empresa.
- Segundo:** Se sugiere la implementación del plan propuesto en esta investigación, el cual ayudará a gestionar sus procesos de solicitudes, atenciones y ejecuciones de trabajos. Además, contempla un módulo de notificación inteligente, el cual permitirá alertar al Gerente y Directivos sobre los trabajos que están por entrar a la etapa de demora o a los ya retrasados, permitiéndoles tomar acciones inmediatas sobre los mismos.
- Tercero:** Con la finalidad de posicionar a la empresa y difundir los nuevos servicios, se sugiere que, priorice todas las solicitudes de cotización de trabajos de altura y de gran magnitud a través del apoyo estratégico de la cartera de proveedores para realizar dichos trabajos.
- Cuarto:** Para valorar la efectividad de la propuesta, el plan pasará primero por una prueba piloto, posterior a ello se analizará su funcionamiento, es decir si necesita algún cambio o modificación de acuerdo a las necesidades de los clientes, estarán en el tiempo adecuado para corregir o agregar cualquier información en particular.

CAPÍTULO VI
REFERENCIAS

6.1 Referencia bibliografía

- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación, Introducción a la Metodología Científica*. Venezuela: Editorial Episteme, C.A.
- Asociación Española para la calidad. (2003). *Cómo medir la satisfacción del cliente*. España: Asociación Española para la calidad. Obtenido de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/satisfaccion-del-cliente>
- Blasco, C., & Oltra-Badenes, R. (2015). Mejora del proceso de la gestión del cambio normal en una compañía de servicios de TI. *3c tic*, 74-86. doi:C (Edición núm. 12) Vol.4 – Nº 1
- Camara de Comercio de Lima. (Marzo de 12 de 2018). *La Camara de Lima*. Obtenido de https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/edicion818/edicion_818.pdf
- Camisión, C., Sonia, C., & Gonzalez, T. (2006). *Google*. Obtenido de <https://porquenotecallas19.files.wordpress.com/2015/08/gestion-de-la-calidad.pdf>
- Cegarra, J. (2012). *Los Métodos de Investigación*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Chias citado en Mollá, B. G. (2014). *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: Eureka Media, SL.
- Clemente, J. (2016). Atributos relevantes de la calidad en el servicio y su influencia en el comportamiento postcompra. El caso de las hamburgueserías en España. *INNOVAR*. doi:Volumen 26, Número 62, p. 69-78
- Creus, A. (2005). *Fiabilidad y Seguridad su aplicación en procesos industriales*. España: Marcombo S.A.
- Crosby citado en Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007). *Introducción a la gestión de la calidad*. Madrid-España: Delta Publicaciones.
- Deming citado de Cuatrecasas. (2012). *Gestión de la Calidad Total*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=W_kh5TLr7uAC&printsec=frontcover&dq=calidad+total&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwidm-GZ8fPgAhXJqlkKHZB2DYYQ6AEIMzAC#v=onepage&q=calidad%20total&f=false
- Deming citado en la revista de ciencias administrativas y sociales. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Ciencias Administrativas y Sociales*, 67.
- Dill, W., Starbuck, W., Lawrence, P., Lorsch, J., Burns, T., & Citados en Sierra, A. (26 de Febrero de 2019). *Teorías de la Administración*. Obtenido de Teorías Administrativas: <https://teoriasadministracioncga.blogspot.com/2019/02/administrativas-referente-historico.html>

- Drucker citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 68. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar>
- Druker citado en la revista INNOVAR. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia*, 69.
- Espinosa, N. (2018). CALIDAD EN EL SERVICIO DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE. *Revista Eumednet*, 1-22.
- Fernández, A., & Ramírez, L. (2017). *Propuesta de un plan de mejoras, basado en gestión por procesos, para incrementar la productividad en la empresa distribuciones A&B*. Tesis de Licenciatura (Perú): Universidad Señor de Sipan - Chiclayo.
- Fernández, D., & Fernández, E. (2017). *Comunicación Empresarial y Atención al Cliente*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.
- Fontalvo, T. J., & Vergara, J. C. (2010). *La Gestión de la Calidad en los Servicios ISO: 9001:2008*. España: Eumed-Universidad de Malaga (España).
- Gaitán, N. (2017). *Proyecto de mejora de servicio al cliente en la Empresa Distribuciones AC SAS*. Tesis de Lincencitura (Colombia): Universidad de Santo Tomas Bogota D.C.
- Gallardo, E. (Junio de 12 de 2014). *ATLAS.ti*. Obtenido de <https://atlasti.com/2014/06/12/utilizacion-del-programa-de-analisis-cualitativo-atlas-ti-para-gestionar-y-analizar-datos/>
- Garvin, D. (1987). Compitiendo en las ocho dimensiones de la calidad. *Harvard Business Review*. Obtenido de <https://hbr.org/1987/11/competing-on-the-eight-dimensions-of-quality>
- Gronroos citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 68. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar>
- Gronroos citado en la revista INNOVAR. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de mediciones*. Colombia: Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Hurtado, J. (21 de 02 de 2008). *Investigación Holística*. Obtenido de <http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/02/la-investigacin-proyectiva.html>
- Ishikawa citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 67.

- Juran citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 67.
- Leonard, K. (2019). *Chron*. Obtenido de <https://smallbusiness.chron.com/use-empathy-customer-service-920.html>
- Luis, B. Y. (14 de marzo de 2016). *scribd*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/347165601/Sintagma-Gnoseologico>
- Mande, P. (2019). *FreshdeskBlog*. Obtenido de <https://freshdesk.com/customer-service-skills/guide-empathy-customer-service-blog/>
- Maslow, A. (1954-1987). *Motivación y Personalidad*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Mayo Citado en Alvaro Zapata, Murillo, G., & Martínez, J. (2006). *Organización y Management*. Cali, Colombia: Programa Editorial de la Universidad del Valle .
- McGurgan, H. (2019). *Chron*. Obtenido de <https://smallbusiness.chron.com/customer-responsiveness-31487.html>
- Meehan & Dawson citado en la revista Chron. (2002). *Chron*. Obtenido de <https://smallbusiness.chron.com/customer-responsiveness-31487.html>
- Mejias, A. (25 de Marzo de 2019). *Cuida tu dinero*. Obtenido de <https://www.cuidatudinero.com/13098633/definicion-de-desarrollo-empresarial>
- Mercado, E. (1997). *Calidad Integral Empresarial e Institucional I Capacitación gerencial*. Mexico D.F.: Limusa S.A. De C.V. Obtenido de <https://books.google.com.pe/books?id=5UKRrA0s2pYC&pg=PA47&dq=TEORIA>
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007). *Introducción a la Gestión de la Calidad*. Madrid: Delta Publicaciones Universitarias. Primera Edición.
- Mollá, A., Berenguer, G., Gómez, M. A., & Quintanilla, I. (2014). *COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR*. Barcelona: Eureka Media SL.
- MONTERO, D. (3 de ENERO de 2012). *SCRIBD*. Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/95751377/Definicion-de-Marco-Methodologico>
- Moya, C. (2006). Relevancia e Inferencia Procesos cognitivos de la Comunicación Humana. *Universidad Nacional de Colombia Departamento de Lingüística*, 1.
- OverBlog. (31 de Mayo de 2011). *OverBlog*. Obtenido de OverBlog: https://es.overblog.com/Que_es_el_desarrollo_empresarial-1228321767-art173750.html#
- Parasuraman, Zeithaml, Berry Citados en INNOVAR. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia*, 71-72.
- Pérez, C. (2019). *RELIABILITYWEB.COM*. Obtenido de <https://reliabilityweb.com/articles/entry/reliability-concepts-and-trends>

- Pérez, M. (2017). Implementación de herramientas de control de calidad en MYPEs de confecciones y aplicación de mejora continua PHRA. *Revista Inustrial Data*, 1-6.
- Publicaciones Vertice S.L. (2008). *Calidad en el Servicio al Cliente*. Malaga, España: Publicaciones Vertice S.L. Obtenido de https://books.google.com.pe/books?id=M5yGtQ5m4yAC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- Real Academia Española. (2018). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/?id=Hpsj999>
- Revilla, F. (2014). *Dimensiones de la calidad en sanidad*. Madrid-España: Diaz de Santos.
- Rodriguez, A. (2018). *Plan de mejora de la calidad de servicio en Starbucks con sede en el C.C. Jockey Plaza, Lima 2018*. Tesis de Licenciatura (Perú): Universidad Privada Norbert Wiener.
- Royo, G. (20 de Abril de 2014). *Capitalibre*. Obtenido de <https://capitalibre.com/2014/04/crecimiento-desarrollo-empresa>
- Salazar, W., & Cabrera, M. (2019). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al. *redalyc.org*, 1-9.
- Salinas. (24 de FEBRERO de 2018). *SCRIBD*. Obtenido de <https://es.scribd.com/document/372306082/Metodologia-de-La-Investigacion-2018>
- Setó, D. (2004). *De la Calidad del Servicio a la Fidelidad del Cliente*. Madrid: Esic Editorial.
- Suárez, R. (2016). Nivel de calidad del servicio aplicando el modelo SERVQUAL en el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao. *Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial*, 1-10.
- Tam, L. (2019). *El uso de las plataformas digitales para mejorar la calidad de servicio en el RENIEC – Lima 2018*. Lima: Universidad Norbert Wiener.
- Varela, R., & Bedoya, O. (2006). *Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial Basado en Competencias*. Colombia: Universidad UCESI.
- Vásquez, C., & Arango, S. (2011). Propuesta Metodológica para la Investigación Comprensiva. *Lasallista de Investigación*, 113. doi:Revista Lasallista de Investigación - Vol. 8 No. 2
- Villar, F. (2009). *Solución de Herramientas Aplicables, Analisis de Pareto*. Perú: Universidad Alas Peruanas.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz de consistencia.

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general	Categoría 1:		
			Sub categorías	Indicadores	
¿Cómo mejorar el servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019?	Proponer estrategias para mejorar la calidad en el servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019.	Existe un modelo que explique la influencia de las estrategias para mejorar la calidad en el servicio de mantenimiento y acabados de la empresa CZ Group SAC, Lima 2019.	Fiabilidad	1. Honestidad	
				2. 2.Respeto	
			Capacidad de respuesta	3. Tiempo	
				4. 4.Atención	
			Seguridad	5. Responsabilidad	
				6. Integridad	
			Empatía	7. Amabilidad	
				8. Atención personalizada	
			Elementos tangibles	9. Herramientas y equipos	
				10. Imagen	
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas	Categoría 2:		
¿Cómo es la calidad del servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019? SAC, Lima 2019?	Analizar o diagnosticar la calidad de servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019. CZ Group SAC, Lima 2019.				

¿Cuáles son los factores / causas de mayor incidencia en la calidad del servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC?	Explicar los factores/causas de mayor incidencia en la calidad de servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC.			
¿Cómo las estrategias influyen en la calidad del servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019?	Predecir la influencia de las estrategias en la calidad de servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019.			
Tipo, nivel y método	Población, muestra y unidad informante		Técnicas e instrumentos	Procedimiento y análisis de datos
Sintagma: Holístico Tipo: Proyectivo Nivel: Comprensivo Método: Inductivo y deductivo	Población: 30 tiendas entre cafeterías y restaurantes Muestra: No hay muestra Unidad informante: Gerentes de tienda, supervisores de tienda y documentos de la empresa		Técnicas: Encuesta y entrevista Instrumentos: Guía de entrevista y formulario de preguntas	Procedimiento: Análisis de datos: Atlas.TI

MATRICES DE TRABAJO

Anexo 2: Matriz de causa efecto para definir el problema

Causa	Sub causa	¿Por qué?	Efecto (Categoría problema)
C1. Personal	1. Capacitación	1. Desconocimiento de los reglamentos de seguridad para los trabajos de altura.	

		2. No cuentan con los lineamientos para la manipulación de herramientas y materiales tóxicos.	¿Cómo mejorar el servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019?
	2. Motivación	3. La empresa no tiene registrado a sus colaboradores en planilla, por esta razón no hay un compromiso laboral que asegure la permanencia.	
		4. No hay una compensación económica por las horas extras que le motive al personal a seguir aportando con sobre tiempos.	
	3. Materiales y herramientas	5. Falta de capacitación en el uso de materiales ya que en ocasiones hay confusiones al aplicar los productos y esto genera costos adicionales e incumplimiento con la entrega de los trabajos.	
		6. Mal uso de las herramientas de trabajo como, por ejemplo: Usan las amoladoras de corte sin el protector radial. En diferentes ocasiones causando accidentes e imposibilidad en el personal para seguir trabajando por un periodo determinado.	
C2. Equipos	4. Equipos eléctricos	7. No hay renovación de los equipos eléctricos o equipo modernos que complementen la eficiencia en la ejecución del trabajo.	
		8. Falta de implementación de equipos de altura, como: andamios estructurales y grúa telescópica que optimicen los trabajos.	
	5. Herramientas tecnológicas	9. Falta de implementación de equipos de comunicación, como: radios y teléfono celulares para que el personal no este bajando y subiendo los andamios de tal modo evitar tiempos muertos.	
		10. Necesidad de implementación de un sistema tecnológico que aporten en la optimización de los procesos, como registro de solicitudes de trabajo, cronograma de trabajo y control de ejecución de los trabajos ejecutados.	
	6. Infraestructura	11. Falta de implementación de áreas de almacenamiento para los materiales y equipos, con el fin de codificar a los productos y herramienta para la rápida identificación de uso.	

		12. Falta de implementación de una oficina adecuada para recepción de personal y proveedores.	
C3. Procesos	7. Materiales	13.No hay un control de stock del material almacenado, en constantes oportunidades el personal lleva más del uso normal, generando desperdicios.	
		14.Falta de codificación de los materiales en el almacén, para que en próximos trabajos se puedan reutilizar pero a la misma vez permita su rápida identificación.	
	8. Transporte	15.No cuenta con transportes suficiente para el traslado del personal, en muchas ocasiones tienen que tomar taxis particulares por costos superiores a lo presupuestado.	
		16.Falta de inversión de un vehículo para trasladar andamios y escaleras de la forma adecuada ya que en otras oportunidades ha surgido problemas con la autoridad de tránsito.	
	9. Coordinaciones	17.Existe una mala comunicación entre el supervisor (Cliente) con las tiendas que se requiere atender, en muchas ocasiones no se logra ingresar porque surgen cruces con los proveedores de fumigación impidiendo el ingreso del personal de CZ Group SAC.	
		18.Falta de comunicación del jefe de grupo con el personal técnico cuando desarrollan el trabajo de campo, ocasionalmente surge discusiones dentro de las labores porque no tienen la orientación necesaria.	
C4.	10. Objetivos empresariales	19.Hasta la fecha la empresa no ha logrado proyectar sus objetivos empresariales que le ayuden al desarrollo y crecimiento de sus actividades.	
		20.Falta de compromiso e interés por estabilizar al personal, como; contratarlos bajo planilla.	
	11. Diversificación de servicios	21.La empresa necesita cubrir la demanda de mercado, por lo tanto requiere complementarse de otros servicios como gasfitería y/o electricidad porque	

		es de utilidad para trabajos como; cambio de cielos rasos y trabajos de albañilería.	
		22.Los clientes tienen que contratar a dos proveedores distintos para un determinado trabajo, como enchape de cerámicas, cuando la solución podría depender de CZ Group SAC.	
	12. Tercerizar el servicio	23.Carencia de contactos con otros proveedores para tercerizar algunos servicios, como los trabajos de pintura, ya que muchas veces no se puede cubrir la demanda con la mano de obra interna.	
		24.Carencia de proveedores que maten correctamente los productos como pintura satinado y esmalte.	

Anexo 3: Problema, objetivo, hipótesis

Problema general	Objetivo general	Hipótesis general
¿Cómo mejorar el servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019?	Proponer estrategias para mejorar la calidad en el servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019.	Existe un modelo que explique la influencia de las estrategias para mejorar la calidad en el servicio de mantenimiento y acabados de la empresa CZ Group SAC, Lima 2019.
Problemas específicos	Objetivos específicos	Hipótesis específicas
¿Cómo es la calidad del servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019?	Analizar o diagnosticar la calidad de servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019.	Existe un diagnóstico de la calidad de servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019.
¿Cuáles son los factores / causas de mayor incidencia en la calidad del servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019?	Explicar los factores/causas de mayor incidencia en la calidad de servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019.	Existe una identificación de los factores/causas de mayor incidencia en la calidad de servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019
¿Cómo las estrategias influyen en la calidad del servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019?	Predecir la influencia de las estrategias en la calidad de servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019.	Hay un diagnóstico de las estrategias en la calidad de servicio de mantenimiento y acabados en la empresa CZ Group SAC, Lima 2019

Anexo 4 : Matriz Problema, objetivo, hipótesis

Justificación teórica		
Cuestiones	Respuesta	Redacción final
¿Qué teorías sustentan la investigación?	Teoría 1: Calidad Total, Teoría 2: Teoría de sistemas como fundamento de la calidad integral, Teoría 3: Teoría de las necesidades, Teoría 4: Teoría de la contingencia y Teoría 5: Teoría de la calidad.	La teoría de la calidad total permitirá identificar todos aquellos problemas que pueda tener la empresa en referencia a la no satisfacción de sus clientes respecto a la calidad de sus servicios y esto servirá como punto de partida para proponer planes de mejora: como herramientas o estrategias que permitan el desarrollo en todas las áreas de la empresa CZ Group S.A.C.
¿Cómo estas teorías aportan a su investigación?	<p>La teoría de la calidad total, será de aporte para entender cómo aplicar las herramientas, que permitan generar un cambio total dentro de la empresa, asimismo proponer herramientas que permitan generar una mejora en la empresa que se desea investigar.</p> <p>La teoría de sistemas como fundamento de la calidad integral, permitirá identificar los problemas que puedan surgir dentro de las áreas de la empresa, con el fin de presentar propuestas que erradiquen estas anomalías y lograr un servicio de mantenimiento de calidad.</p> <p>La teoría de las necesidades servirá de base para identificar y analizar si el personal de la empresa se encuentra motivado de forma económicamente y emocionalmente. Asimismo, permita la eficiencia en las actividades, para de los logros de los objetivos.</p> <p>La teoría de la contingencia contribuye al análisis de las acciones internas que toma la empresa ante</p>	<p>Por otro lado, la teoría de sistemas como fundamento de la calidad integral, ayudará proponer, planes y herramientas de contingencia que solucionen los problemas evitando que estos se amplíen por todas las áreas y puedan generar un problema global, pues nuestra propuesta es contrarrestar las anomalías que puedan existir a fin de obtener soluciones de largo plazo y cambios integrales.</p> <p>En cuanto a la teoría de las necesidades, es importante para analizar las formas o tipos de incentivos que proporciona la empresa hacia sus empleados, es decir, si se encuentran capacitados y recompensados al esfuerzo que atribuyen en cada labor.</p> <p>A través de la teoría de la contingencia se podrá analizar los planes actuales y si presenta alguna necesidad de cambios, permita realizar las mejoras en el listado de alternativas de solución ante cualquier inconveniente de la empresa.</p>

	<p>cualquier problema externo, cuales son los planes o soluciones que les da a determinados problemas.</p> <p>La teoría de la calidad es la base para crear un plan de prevención que le permita a la empresa, mejorar en su desarrollo comercial, estrategias tecnológicas que ayuden a mejorar los tiempos de atención, seguimiento o control de cada atención.</p>	<p>Mediante la teoría de la calidad podemos proponer mejoras tecnológicas, que ayuden en los tiempos de atención y evitar quejas de los clientes, también se puede efectuar una comunicación o información muy fluida, la misma que permita llevar un control o seguimiento de cada actividad y los problemas que puedan surgir dentro de las labores.</p>
Justificación práctica		
¿Por qué hacer el trabajo de investigación?	<p>La presente investigación es importante porque queremos identificar y proponer soluciones que mejoren la calidad en la prestación de servicios, que apoyen a los involucrados de la empresa como colaboradores, clientes y proveedores, así mismo permita el desarrollo de la empresa en el mercado nacional.</p>	<p>En cuanto a nuestra investigación es fundamental porque se desea identificar todas las anomalías que pueda presentar la empresa al momento de prestar un servicio de calidad y a fin de proponer un plan de mejora para el cumplimiento oportuno de las actividades logrando una satisfacción total.</p>
¿Cuál será la utilidad?	<p>Con los resultados se podrán desarrollar estrategias y herramientas que permitan mejorar la calidad del servicio en la empresa CZ Group S.AC.</p>	<p>Con los resultados se podrían desarrollar estrategias y aplicarlas dentro de la empresa CZ Group S.A.C. para lograr un cambio que sería un punto a favor para el crecimiento de esta.</p>
¿Qué espera con la investigación?	<p>Se espera que con la recolección de información que se hará mediante esta investigación, se proponga soluciones estratégicas y herramientas de gestión que permitan la mejora continua en la prestación de servicios y una mejora global en la empresa CZ Group S.A.C.</p>	<p>Se espera poder identificar todos aquellos problemas y dificultades que impiden el crecimiento de la empresa y a base de esto proponer estrategias que permitan un cambio total.</p>
Justificación metodológica		

<p>¿Por qué investiga bajo ese diseño?</p>	<p>Trabajaremos bajo la metodología holística, porque es un proceso completo que va permitir trabajar mediante dos formas; a profundidad la información, ya que se está desarrollando bajo el enfoque mixto cuantitativo y cualitativo, de esta manera permite organizar, procesar y entender la problemática de una forma muy práctica y fácil de resolver.</p>	<p>Por lo tanto, en nuestra investigación se desarrollará mediante la metodología holística, es un proceso completo, permite trabajar de manera detallada la información combinando dos enfoques que vienen hacer cuantitativo y cualitativo, mediante el cual permitirá identificar, clasificar y procesar para entender de una manera fácil el problema real de la investigación.</p>
<p>¿El resultado de la investigación permitirá resolver algún problema?</p>	<p>Sí, porque permitirá la mejora en la calidad del servicio.</p>	<p>Permitirá la mejora en la calidad del servicio, resolviendo los problemas internos y externos, como: La coordinación con los clientes, motivación del personal e implementación de algunas herramientas, para la eficiente ejecución de los trabajos en el tiempo oportuno, y asimismo alcanzar como resultado la expansión de la cartera de clientes en el menor tiempo posible.</p>

Anexo 5 : Matriz de teorías

Teoría 1: Teoría de la Calidad Total				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
W. Edwards Deming	2012	Como afirma Deming citado de Cuatrecasas (2012) “la mejora de los procesos redundará en la mejora del sistema productivo y de calidad” (p.581)	Deming nos manifiesta que para la productividad dentro de una empresa o determinada área se requiere diseñar nuevos procesos que conlleven a la reestructuración en la mejora de la calidad para la satisfacción de sus clientes, el liderazgo es un pilar importante en el desarrollo de estas, pues si	Servirá de apoyo para identificar los problemas que pueda tener la empresa CZ Group S.A.C., respecto a las labores de campo y saber si estas logran alcanzar la excelencia total en la prestación de sus servicios.

			los gerentes de una empresa se comprometen con esto el resultado será la ganancia absoluta y total dentro de la organización (Cuatrecasas, 2012).	
Referencia:	Deming citado de Cuatrecasas, R. (2012). <i>Gestión de la Calidad Total</i> . Madrid: Ediciones Diaz de Santos.			
Teoría 2: Teoría de sistemas como fundamento de la calidad integral				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Ernesto Mercado Ramirez	1997	Según Mercado (1997) nos “recomienda cautela para dar solución a un problema local y considerar más a todos los subsistemas que se interrelacionan con él. Y llegar a soluciones globales definitivas que no sólo resuelvan el dilema local e instantáneo” (p.47)	En esta teoría Mercado nos manifiesta que los problemas dentro de una empresa deben de resolverse de manera cuidadosa, ya que primero se deben identificar las áreas que se relacionan con el problema, para luego buscar estrategias que ayuden a solucionar y garanticen una respuesta definitiva y global dentro de la empresa (Mercado, 1997).	Permitirá identificar aquellas áreas que tengan o sean causantes de un problema, de tal modo que a raíz de esto se plantee estrategias, soluciones o herramientas que garanticen la mejora en las atenciones y así mismo resulte una solución integral y definitiva.
Referencia:	Mercado, E. (1997). <i>Calidad Integral Empresarial e Institucional I Capacitación gerencial</i> . Mexico D.F.: Limusa S.A. De C.V. Obtenido de			

Teoría 3: Teoría de las Necesidades

Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Abraham Maslaw	1954-1987	Según Maslow (1954-1987) nos manifiesta que “el organismo está dominado por las necesidades insatisfechas al igual que la organización de su comportamiento (p.25)	Mediante esta teoría podemos apreciar que para los colaboradores de la empresa no solo basta los incentivos económicos, sino que, estos sean reconocidos socialmente dentro de la organización, es decir, formando parte de un grupo laboral donde puedan desarrollar sus capacidades o liderando ciertos objetivos de trabajo, que ayuden en su desarrollo psicológico y emocional, de esta manera se sientan identificados con la empresa (Maslow, 1954-1987).	Identificar si el personal realmente se encuentra motivado económicamente y emocionalmente, que aporten en la eficiencia y desarrollo de las actividades de la empresa, para lograr atenciones oportunas en el servicio que presta la empresa CZ Group.
Referencia:	Maslow , A. (1954-1987). <i>Motivación y Personalidad</i> . Madrid: Diaz de Santos S.A.			
Teoría 4: Teoría de la contingencia				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
William Starbuck	1980	Considera que el funcionamiento de una organización depende de la interacción con el entorno a partir de la influencia del ambiente, la tecnología, la estructura y el comportamiento. Los objetivos organizacionales son: tener un plan A, B y C para cada situación (Dill, et al., citados en Sierra , 2019, p.5)	A partir de esta teoría podemos definir que las organizaciones y su funcionamiento para el crecimiento depende del ambiente externo, es decir, si una empresa desea ser moderna en cuanto a tecnología, deberá adquirir tecnología, y así sus productos o servicios serán más eficientes y muestren opciones competitivas que le permitan su desarrollo en el medio externo, así mismo, la estructura de objetivos organizacionales	Permitirá para apoyarnos en el análisis interno y externo de la empresa CZ Group, identificar exactamente cuáles son las acciones que toma la empresa en cuanto al comportamiento interno según la influencia del ambiente externo, como contrarrestar aquellas dificultades o problemas, que puedan surgir dentro de sus labores.

			siempre deben tener un plan A, B y C para cada emergencia o problema, que pueda surgir en el proceso y/o desarrollo (Dill, et al., Citados en Sierra, 2019)	
Referencia:	Dill, W., Starbuck, W., Lawrence, P., Lorsch, J., Burns, T., & Citados en Sierra, A. (26 de Febrero de 2019). <i>Teorías de la Administración</i> . Obtenido de Teorías Administrativas: https://teoriasadministracioncga.blogspot.com/2019/02/administrativas-referente-historico.html			

Teoría 5: Teoría de la calidad				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Philip B. Crosby	1987	Como afirma Crosby citado en Miranda, Chamorro, & Rubio (2007) define a la "Calidad conformidad con los requisitos y asegura que las empresas despilfarran recursos realizando incorrectamente procesos y repitiendolos (p.39)	El autor considera que las empresas que prestan servicios, del 100% de su personal no está abocado a realizar las labores correspondientes o a seguir el cronograma de trabajo para el cumplimiento diario, si no a corregir o rehacer las cosas, verificar las transacciones o pedir disculpas por algún error cometido del resto de personal, de esto se apoya para su teoría cero defectos, mediante esta teoría una empresa puede plantear una política de prevención para lograr un servicio sin errores (Crosby citado en Miranda, Chamorro, & Rubio, 2007)	Esta teoría permitirá para identificar si la empresa cuenta con un plan de prevención, que le permita seguir una serie de pasos en la prestación de sus servicios, que no surjan reclamos o quejas de sus clientes en cada atención, de esta manera ahorrará recursos y tiempo.
Referencia:	Crosby citado en Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007). <i>Introducción a la gestión de la calidad</i> . Madrid-España: Delta Publicaciones.			

Datos del antecedente internacional: 1	Redacción final
---	------------------------

Título	Proyecto de mejora de servicio al cliente en la Empresa Distribuciones AC SAS.	Gaitán (2017) desarrolló una tesis llamada. <i>Proyecto de mejora de servicio al cliente en la Empresa Distribuciones AC SAS</i> . Su propósito fue mejorar el servicio de atención al cliente dentro de la empresa con la finalidad de tener un cambio económico y siendo está una estrategia en el mercado, para este estudio la metodología utilizada fue de tipo básico, considerando un enfoque mixto, se propuso tres posibles soluciones que permitan mejorar el servicio de atención al cliente una de aquellas es la herramienta árbol de decisiones, que permitirá tener una visión más clara de los objetivos de la empresa. Asimismo, como logro obtenido es proponer un plan en las actividades del personal para que mejoren el servicio de atención al cliente, de tal manera se pueda reflejar en un servicio rápido y oportuno satisfaciendo las necesidades del cliente y logrando posicionarse y la misma vez permanecer en el mercado.
Autor	Nubia Esperanza Gaitán Moreno.	
Año	2017	
Objetivo	Mejorar el servicio al cliente en la empresa Distribuciones AC SAS para que la organización crezca económicamente y mejore su posicionamiento estratégico en el mercado.	
Metodología		
Tipo	Básico	
Enfoque	Mixta	
Diseño	No experimental	
Método	Descriptivo	
Población	Clientes externos de la empresa Distribuciones AC SAS.	
Muestra	20 Clientes Adultos con edades de los 18 a los 70 años.	
Técnicas	Encuestas y Matriz DAFO	
Instrumentos	Cuestionarios de preguntas	
Método de análisis de datos	El árbol de las decisiones, Con esta herramienta se logra analizar las alternativas encontradas, permitiendo el análisis detallado y comparativo entre las posibles soluciones teniendo en cuenta los costos.	
Resultados	Se presentaron tres posibles alternativas de solución las cuales pág. 5 nos puede permitir solucionar el problema que está afectando la calidad del servicio ofrecido en	

	Distribuciones AC SAS. Por medio de la herramienta árbol de decisiones se establece la alternativa más viable para lograr que el servicio al cliente mejore favorablemente.	
Conclusiones	El presente trabajo de grado se realizó con el objetivo de hallar e implementar el plan de acción de la mejor solución de mejora del servicio al cliente, cuando la empresa hace uso de las herramientas para mejorar el servicio que ofrece y este llega a ser ágil y oportuno, se incrementa la satisfacción del cliente y así mismo se logra la estabilidad y permanencia de la empresa en el mercado comercial.	
Referencia (tesis)	Gaitán, N. (2017). <i>Proyecto de mejora de servicio al cliente en la Empresa Distribuciones AC SAS</i> . Tesis de Licenciatura (Colombia): Universidad de Santo Tomás Bogotá D.C.	

Datos del antecedente internacional: 2		Redacción final
Título	Mejora del proceso de la gestión del cambio normal en una compañía de servicios de TI.	Blasco & Oltra-Badenes (2015) planteó un estudio sobre la <i>Mejora del proceso de la gestión del cambio normal en una compañía de servicios de TI</i> , en este estudio el objetivo es identificar los procesos de gestión que garanticen los cambios dentro de la compañía de servicios de tecnología de la información, el estudio que abordo es proyectiva, teniendo un enfoque cualitativo, bajo un diseño experimental, como resultado de la investigación los integrantes del equipo de estudio plantearon un cambio en la visión general de los procesos documentados, a fin de abreviar las descripciones de cualquier proceso de trabajo y presentarlo bajo una imagen.
Autor	Carlos Blasco Marín y Raúl Oltra-Badenes	
Año	2015	
Objetivo	El objetivo de este proyecto fue investigar el funcionamiento del proceso de la gestión del cambio en la empresa.	
Metodología		
Tipo	Proyecto	
Enfoque	Cualitativo	
Diseño	Experimental	
Método	Aplicada	
Población	Documentos de la empresa, Herramienta ITSM, La empresa	
Muestra	Empleados de diferentes etapas relacionadas, supervisor, coordinadores.	
Técnicas	Entrevistas	
Instrumentos	Cuestionario de preguntas	

	Método de análisis de datos	La empresa proporcionó una descripción detallada de su proceso de la gestión del cambio disponible en sus documentos internos.	
Resultados		EL equipo del proyecto desarrolló una visión general del proceso documentado, a fin de resumir las descripciones detalladas del proceso en una sola imagen.	
Conclusiones		Las conclusiones y recomendaciones de este estudio se formulan mediante la combinación de las mejores prácticas de ITIL y el propio caso de estudio. El estudio se basa en gran medida en datos cualitativos limitados y, por tanto, es complicado mantener el examen objetivo y fiable. Para superar este reto, el análisis de los puntos problemáticos se centra en las características más evidentes. La implementación de las recomendaciones quedó fuera del estudio debido a los recursos limitados, siendo una de las líneas futuras de investigación. Sin embargo, hay que tener en cuenta en esa línea futura de investigación, que la evaluación de la viabilidad de las recomendaciones sigue siendo responsabilidad de la empresa.	
Referencia (tesis)		Blasco, C., & Oltra-Badenes, R. (2015). Mejora del proceso de la gestión del cambio normal en una compañía de servicios de TI. <i>3c tic</i> , 74-86. doi:C (Edición núm. 12) Vol.4 – N° 1.	

Datos del antecedente internacional: 3

Redacción final

Título	Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador.	Salazar & Cabrera-Vallejo (2016) en su artículo publicado a través de la revista redalyc.org, presentan un estudio sobre <i>Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al cliente, en la Universidad Nacional de Chimborazo – Ecuador</i> , proponiendo como objetivo evaluar la apreciación de la calidad de servicio en el curso de los procesos administrativos por parte de los estudiantes de dicha universidad, el estudio fue de manera descriptiva, cuantitativa, experimental y aplicada a los estudiantes que integran la referida Universidad, se obtuvo como muestra para el estudio 347 participantes, utilizando las técnicas de recolección de datos como la encuesta y el cuestionario de preguntas como instrumento, en los resultados del estudio se determinó que hay diferencias entre lo que esperan los estudiantes del servicio y lo que reciben, conllevando a una conclusión promedio común con un puntaje de 3.35% de acuerdo a las respuestas de los estudiantes. También se analizó las brechas según el modelo SERVQUAL, donde se detalló que las dimensiones sobre los elementos tangibles, generó mayor percepción entre los estudiantes diferente a la capacidad de respuesta que obtuvo baja percepción por los participantes, Asimismo se concluye que la calidad de servicio de la universidad no es la suficiente para la satisfacción de los estudiantes.
Autor	Wilfrido Salazar Yépez Mario Cabrera-Vallejo	
Año	2016	
Objetivo	Medir la percepción de la calidad de servicio en los procesos administrativos por parte de los estudiantes de la Universidad Nacional de Chimborazo.	
Metodología		
Tipo	Descriptivo	
Enfoque	Cuantitativo	
Diseño	Experimental	
Método	Aplicada	
Población	Estudiantes que pertenecen a la UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO.	
Muestra	347 estudiantes	
Técnicas	Encuesta	
Instrumentos	Cuestionario de preguntas	
Método de análisis de datos	Se realizó mediante el análisis de descriptivo de SERVQUAL.	

<p>Resultados</p>	<p>Los resultados revelaron que existen importantes diferencias entre el nivel de percepciones y expectativas que el cliente tiene sobre la calidad del servicio, es decir. El promedio general de la calidad de servicio es regular (3,3/5) de acuerdo a las actitudes de los clientes.</p> <p>Los resultados de las brechas que corresponde al estudio del Modelo SERVQUAL, fueron negativos para todas las dimensiones; no obstante la dimensión de elementos tangibles, pese a tener una brecha negativa es la que generó mayor percepción, mientras que la dimensión de capacidad de respuesta generó baja percepción por su promedio.</p>	
<p>Conclusiones</p>	<p>De acuerdo a los resultados obtenidos, se concluye que el índice de calidad del servicio (ICS) no está directamente relacionado y de forma positiva con la satisfacción general.</p> <p>Al concluir el estudio, se pudo determinar la situación actual de la Institución respecto a la calidad del servicio, la misma demostró que los clientes están insatisfechos con el servicio recibido, se logró conocer las percepciones de los clientes.</p>	
<p>Referencia (tesis)</p>	<p>Salazar, W., & Cabrera, M. (2019). Diagnóstico de la calidad de servicio, en la atención al. <i>redalyc.org</i>, 1-9.</p>	

Datos del antecedente internacional: 4

Redacción final

Título	Calidad en el servicio de los establecimientos de alimentos y bebidas del Municipio de Escárcega, Campeche.	Espinosa (2018) realizó una investigación sobre <i>Calidad en el servicio de los establecimientos de alimentos y bebidas del Municipio de Escárcega, Campeche</i> . El estudio tiene como objetivo el análisis sobre la calidad del servicio en los locales comerciales de restaurantes como; cafeterías y cantinas en la ciudad de Escárcega, Campeche, mediante la metodología de tipo, descriptivo, cualitativo, no experimental a dichos establecimientos de referida ciudad, teniendo como muestra la clasificación por cada tipo de negocio de allí se escogió para el estudio, utilizando la encuesta como técnica y un cuestionario de preguntas que sirvieron para la recolección de información, a través de la herramienta SERVQUAL y Superf para el análisis de datos, mediante el estudio se determinó que la calidad no va de acorde con lo que el cliente percibe y obtiene a cerca de los servicios por estos locales comerciales, se concluye que la percepción del cliente sobre los servicios es débil y su puntuación es de 0.119 que no amerita a buena calidad por ende la satisfacción de los clientes es baja.
Autor	Naal Espinosa Jocabeth Eunice	
Año	2018	
Objetivo	Analizar la calidad del servicio en los establecimientos de alimentos y bebidas en Escárcega, Campeche.	
Metodología		
Tipo	Descriptivo	
Enfoque	Cualitativo	
Diseño	No experimental	
Método	Transaccional, descriptivo	
Población	Establecimientos de Alimentos y Bebidas de la Ciudad de Escárcega.	
Muestra	Se seleccionó a un establecimiento por cada tipo de clasificación de alimentos y bebidas, aplicando el instrumento de medición al cliente que tiene la disposición de responder dos veces el mismo cuestionario.	
Técnicas	Encuesta	
Instrumentos	Cuestionario de preguntas	
Método de análisis de datos	Mediante el instrumento denominado Servqual y Serperf, el cual se adaptó para que esté acorde al contexto de los sujetos a los que se les va aplicar.	

Resultados	Los resultados obtenidos indica que existe una relación positiva directamente proporcional, el índice de correlación de Pearson con un valor de 0.119 lo que indica que aunque la relación de la expectativa de lo que el cliente espera y la percepción de lo que el cliente recibe es positivo, la relación es débil porque es poco significativo la calidad del servicio en relación a lo que el cliente espera y lo que recibe.
Conclusiones	Después de aplicar las dos pruebas de hipótesis primeramente la R de Pearson para identificar si existen relación entre las expectativas y percepciones se puede afirmar que existe una relación positiva directamente proporcional de 0.119 lo que indica que es débil por lo que a mayor expectativa mayor será la percepción que se tenga en los establecimientos, en cuanto la prueba T student para muestra pareadas con un nivel de confianza de 95% se demuestra que las medias obtenidas no proveen suficiente evidencia para señalar que existen diferencia entre las medias obtenidas por los clientes en cuanto a su opinión de la calidad que recibían a través de su expectativa y las obtenidas por la percepción después de utilizar los servicio
Referencia (tesis)	Espinosa, N. (2018). Calidad en el Servicio de los Establecimientos de. <i>Revista Eumednet</i> , 1-22.

Datos del antecedente internacional: 5		Redacción final
Título	Atributos relevantes de la calidad en el servicio y su influencia en el comportamiento postcompra. El caso de las hamburgueserías en España.	Serafín (2016) en su trabajo de investigación desarrolló el tema sobre <i>Atributos relevantes de la calidad en el servicio y su influencia en el comportamiento postcompra. El caso de las hamburgueserías en España.</i> Dentro de sus objetivos es investigar aquellos atributos notables de la calidad en el servicio de restaurantes de comida rápida (hamburgueserías). Mediante
Autor	José Serafín Clemente-Ricolfe	

Año	2016
Objetivo	El objetivo general de este artículo es explorar los atributos relevantes de la calidad en el servicio de las hamburgueserías en Valencia (España), y su influencia en el comportamiento postcompra.
Metodología	
Tipo	Descriptivo
Enfoque	Cuantitativo
Diseño	Experimental
Método	Aplicada
Población	Mayores de 15 años ambos sexos que acuden a una hamburguesería en la Valencia (España).
Muestra	Clientes de tiendas como McDonald's, Burger King y KFC.
Técnicas	Encuesta
Instrumentos	Cuestionario de preguntas
Método de análisis de datos	Para el análisis de los datos se utilizó el análisis factorial para la fase exploratoria y las ecuaciones estructurales para la fase confirmatoria. En estos análisis se han utilizado los programas informáticos SPSS 15.0 y STATA 12, respectivamente.
Resultados	Los resultados mostraron dos diferencias respecto al modelo global el ajuste del modelo continuó siendo correcto.

este estudio se pudo determinar que existen dos grupos, aquellos que le prestan atención a la información nutricional del producto, los cuales aportaron que la calidad del servicio es buena logrando (0.685) a diferencia del otro grupo que le presta atención a la información nutricional y que añadieron que la calidad del servicio es buena. No obstante, los grupos que no le prestan atención a la información nutricional toman en consideración las características del producto, es decir, si los productos son grandes y sabrosos. Existe un segundo factor que es la intervención del personal sobre el producto, para los clientes que no toman en cuenta la información nutricional el trato del personal es disconforme, por lo tanto, existe una baja calidad en el servicio, pero, para las personas que le prestan atención a la información nutricional consideran muy buena la atención de los empleados. Se concluye que los atributos en la calidad del servicio de este tipo de restaurantes los clientes consideran cuatro dimensiones (producto, infraestructura, personal de atención y rapidez en la atención). Por lo cual es importante que los directivos de los locales comerciales manejen una cadena de suministros que se provean de buenos insumos, por ejemplo, las piezas del pollo o el tipo de harinas y llevar el control de todos los procesos en la elaboración de cada platillo.

En primer lugar, en ambos grupos la dimensión producto continúa influyendo de forma directa y positiva en la calidad del servicio de las hamburgueserías, aunque el efecto de este constructo para el grupo que no le da importancia a la información nutricional es estadísticamente mucho mayor (0,685), con respecto a los consumidores que sí le otorgan importancia a la información nutricional (0,350).

En otras palabras, para el caso de las hamburgueserías, los clientes con bajos niveles de importancia de la información nutricional están más absortos por las características del producto frente a los que consideran mucho más importante dicha información. Posiblemente, estos últimos se consideren más expertos, y ello les permita estimar si hay diferencias de calidad en los productos ofrecidos (Dubois y Rovira, 1998) y, por tanto, no les afecta en tanta medida. Esta relación entre información nutricional en estos establecimientos y su influencia sobre el constructo producto podrían verse condicionados por otras variables. Por ejemplo, la presencia de niños podría hacer que la información nutricional pasará a un segundo plano, ante la influencia de terceras personas, haciendo en este caso que las características del producto tuvieran mayor peso sobre la calidad en el servicio.

El segundo cambio estriba en que el factor empleado sí influye estadísticamente en la calidad en el servicio de las hamburgueserías. Así, para los consumidores con una baja importancia de la información nutricional tiene un peso

	<p>estandarizado de -0,301, frente a los que sí le dan importancia a la información nutricional con un valor de 0,336. Es decir, para los primeros, el trato recibido por los empleados tiene un efecto negativo sobre la calidad en el servicio, mientras que para el grupo de consumidores que consideran importante la información nutricional, la dimensión empleados influye positivamente en la calidad del servicio. Quizás este resultado pudiera explicarse por el papel prescriptor de los empleados, siendo percibidos como una intrusión por parte del primer grupo, y como asesoramiento por parte de los consumidores que sí valoran la información nutricional en estos restaurantes.</p>	
<p>Conclusiones</p>	<p>A partir de la investigación realizada, se ha encontrado que los atributos considerados en la evaluación de la calidad en el servicio en las hamburgueserías en España fueron agrupados en cuatro dimensiones: producto, aspectos físicos, empleados y rapidez. De estos factores, el único que globalmente tiene una influencia estadísticamente significativa en la calidad del servicio es la dimensión denominada producto. Es decir, una comida sabrosa, de calidad, con un menú variado y una buena relación calidad-precio influyen en la calidad de servicio de este tipo de establecimientos. Por ello, los directivos de estos restaurantes deberían tener una cadena de suministro eficiente que les proporcionara excelentes materias primas. Por ejemplo, el proveedor de McDonald's en España solo utiliza piezas enteras de músculo procedente de cuartos delanteros y faldas. No obstante, el proceso de preparación de los alimentos en el restaurante también</p>	

	debería mantenerse controlado para asegurar la calidad en el servicio.
Referencia (tesis)	Clemente, J. (2016). Atributos relevantes de la calidad en el servicio y su influencia en el comportamiento postcompra. El caso de las hamburgueserías en España. <i>INNOVAR</i> . doi:Volumen 26, Número 62, p. 69-78.

Datos del antecedente nacional: 1		Redacción final
Título	Plan de mejora de la calidad de servicio en Starbucks con sede en el C.C. Jockey Plaza, Lima 2018	Rodríguez (2018) abordó un estudio sobre un <i>Plan de mejora de la calidad de servicio en Starbucks con sede en el C.C. Jockey Plaza, Lima 2018</i> . El objetivo de este estudio fue plantear un cambio en la atención al cliente en el local de cafetería, con la finalidad de obtener una mejora en la calidad del servicio. Asimismo, con este plan permite beneficiar al local comercial mediante una nueva proposición de diversificación de productos y la creación de una nueva cartilla de menú o pedidos, a fin de obtener mayor rentabilidad en cada uno de sus productos vendidos. También propone una capacitación a los colaboradores ya que estos son los que dan la cara al cliente y deben tener un conocimiento óptimo en las labores, el cliente debe tener una percepción cálida del servicio.
Autor	Rodríguez Cuentas, Alvaro Jesús	
Año	2018	
Objetivo	Proponer un plan de mejora para la calidad de servicio de atención al cliente, para Starbucks del C.C. Jockey Plaza, Lima 2018	
Metodología		
Tipo	Proyecto	
Enfoque	Mixto	
Diseño	No experimental	
Método	Deductivo e inductivo	
Población	Local Starbucks Jockey Plaza	
Muestra	68 clientes	

	Técnicas	Encuesta
	Instrumentos	Cuestionario de preguntas
	Método de análisis de datos	Se utilizó el programa Atlas TI como herramienta de organización de información, donde se procesará toda la información que arrojo el cuestionario, la cual nos dará como resultado establecidos y verificar la tendencia a que mejorar.
	Resultados	En la presente propuesta se busca beneficiar a la empresa, teniendo una mayor gama en los productos y la creación de combos e incrementar las ventas con los productos de baja rotación; también mejorara la atención al cliente, mediante las capacitaciones a los colaboradores, en donde traerá mejoras en cadena, con tiempos de atención más rápida y satisfaciendo a los clientes, traerá transacciones con mayor transparencia y seguridad para los clientes.
	Conclusiones	Con la ausencia de herramientas de solución para la calidad de servicio que ayuden a mejor la atención en la cafetería Starbucks, se vio oportuno la proposición de un plan de calidad de servicio con la intención incrementar las ventas, mejorar la atención y de optimizar los tiempos de transacciones, aumentado el crecimiento de la organización en el mercado.
	Referencia (tesis)	Rodriguez, A. (2018). <i>Plan de mejora de la calidad de servi en Starbucks con sede en el C.C. Jockey Plaza, Lima 2018</i> . Tesis de Licenciatura (Perú): Universidad Privada Norbert Wiener.

Datos del antecedente nacional: 2		Redacción final
Título	Propuesta de un plan de mejoras, basado en gestión por procesos, para incrementar la productividad en la empresa distribuciones A&B.	Fernández & Ramírez (2017) realizaron un trabajo fundamentado en una. <i>Propuesta de un plan de mejoras, basado en gestión por procesos, para incrementar la productividad en la empresa distribuciones A&B.</i> El presente estudio tiene como objetivo, proponer un plan de mejora en los procesos para el incremento de la producción dentro de la empresa. La metodología que abordó para este estudio es aplicada (cualitativo), aplicando todas las herramientas para la obtención de información se determinó, que en el año 2016 específicamente en los meses de abril y mayo la productividad ha ido en decadencia, esto ha generado un impacto en la gestión de las ventas puesto que no había otro método de suplir la demanda. Asimismo, la causa de los problemas en producción fue porque hay muchos equipos con desperfectos que impiden agilizar la productividad, también se verificó que no hay cotizaciones previas para realizar un comparativo o ajuste antes de comprar cualquier producto o insumo.
Autor	Fernández, Antero; Ramírez, Luis Ángel	
Año	2017	
Objetivo	Elaborar un plan de mejoras basado en gestión por procesos, para incrementar la productividad de la empresa "DISTRIBUCIONES A & B".	
Metodología		
Tipo	Básica	
Enfoque	Cualitativo	
Diseño	No experimental	
Método	Descriptivo	
Población	Todos los procesos, documentos, personal y clientes de la empresa	
Muestra	Empresa y 202 clientes	
Técnicas	Entrevista y encuesta	
Instrumentos	Cuestionario y Guía de análisis de documentos	
Método de análisis de datos	La información recolectada se tabulará en Microsoft Excel, lo cual permitirá traducir los datos a tablas gráficas,	

		diagramas y gráficos de líneas para poder demostrar de manera resumida la situación y poder tomar una decisión con la información obtenida.
Resultados		De acuerdo con la variable dependiente "Productividad", se ha realizado una entrevista al Gerente General, consultas al contador debido a ello se ha analizado los documentos de compras, ventas y otros documentos necesarios para esta investigación en la empresa Distribuciones A & B, dedicada a la producción de agua de mesa desde el año 2014, de acuerdo a los documentos facilitados por la empresa se obtuvieron los siguientes datos que servirán para calcular la productividad del año 2015. En el mes de mayo del año 2016 la producción ha venido disminuyendo, y realizando el cálculo correspondiente la productividad también ha sido afectada.
Conclusiones		Se hizo un diagnóstico del estado actual de la empresa y se encontraron: que el equipo ablandador no cuenta con un tanque de sal muera, no cuentan con un plan de mantenimiento de equipos, no planifica sus ventas, los pedidos son atendidos con retraso, no realiza una cotización de proveedores para realizar una compra, etc. Así mismo se midió la productividad global de la empresa, encontrando un valor de 0.2434 Bidones/soles, el cual significa que por cada sol invertido en recursos, la empresa puede producir 24.34% del bidón.
Referencia (tesis)		Fernández, A., & Ramírez, L. (2017). <i>Propuesta de un plan de mejoras, basado en gestión por procesos, para incrementar la productividad en la empresa distribuciones A&B</i> . Tesis de Licenciatura (Pérez): Universidad Señor de Sipan - Chiclayo.

Datos del antecedente nacional: 3		Redacción final
Título	Nivel de calidad del servicio aplicando el modelo SERVQUAL en el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao.	Suárez (2016) a través de su artículo realizó un estudio sobre <i>Nivel de calidad del servicio aplicando el modelo SERVQUAL en el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao</i> . Dentro del objetivo de estudio era determinar si el modelo SERVQUAL demostraría la satisfacción de la calidad del servicio sobre la institución descrita. La metodología de investigación tomada fue de tipo descriptiva, considerando un enfoque mixto, la población para el estudio fue a través de los estudiantes de los cursos como inglés, portugués e italiano, el resultado obtenido en referido estudio ha sido que las dimensiones de la herramienta SERVQUAL influyen para determinar la calidad del servicio. De tal manera se concluye que la herramienta SERVQUAL es importante para analizar la calidad del servicio y a partir de aquello poder realizar planes de mejora en la institución.
Autor	Raúl Suárez Bazalar	
Año	2016	
Objetivo	Determinar si el modelo SERVQUAL muestra el nivel de calidad de servicio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011-2012.	
Metodología		
Tipo	Descriptiva	
Enfoque	Mixto	
Diseño	Experimental	
Método	Secuencial de incidentes	
Población	La población de estudio estuvo compuesta por los estudiantes de los idiomas de Inglés, Portugués e Italiano, siendo un total de 14 509 alumnos.	
Muestra	La muestra a encuestar se obtuvo 374 personas.	
Técnicas	Encuestas a los clientes	

	Instrumentos	Cuestionario de preguntas	
	Método de análisis de datos	El método de análisis de datos es en SPS.	
	Resultados	Con fines de comprobar la hipótesis planteada, el cuestionario realizado contiene las dimensiones del modelo SERVQUAL y las dimensiones del nivel de calidad expresado en factores que influyen en el aprendizaje de los alumnos.	
	Conclusiones	Por lo analizado se puede concluir que el modelo SERVQUAL muestra el nivel de calidad del servicio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao durante el periodo 2011-2012, expresado en un promedio ponderado de 3.39 respecto a la tabla de expectativas y percepciones. Este promedio ponderado indica un nivel medio de satisfacción, por lo que es factible realizar planes de mejora en la organización	
	Referencia (tesis)	Suárez, R. (2016). Nivel de calidad del servicio aplicando el modelo SERVQUAL en el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao. <i>Revista de la Facultad de Ingeniería Industrial</i> , 1-1	

Datos del antecedente nacional: 4		Redacción final
Título	Implementación de herramientas de control de calidad en MYPES de confecciones y aplicación de mejora continua PHRA.	Pérez (2017) mediante su investigación <i>Implementación de herramientas de control de calidad en MYPES de confecciones y aplicación de mejora continua PHRA</i> . Con el objetivo de medir el bajo nivel de calidad de las
Autor	María Pérez y Gao Montoya	

Año	2017	<p>MYPES en sus procesos y a partir de aquello implementar mejoras en las empresas del rubro textil para la exportación, la investigación llevada a cabo fue aplicada a una empresa MYPE de confecciones, 18 trabajadores, mediante el cual se aplicó un Test a través de órdenes de fabricación, llegando al resultado y conclusión de lograr reducir las mermas y correcciones en los procesos de un 27.6% a 20.4% como resultado del método propuesto, enfocándose en el área de confecciones se pudo reducir el nivel de errores o correcciones motivo por el cual surge un incremento en la productividad, Asimismo se pueden determinar beneficios para la empresa exportadora como reducción en horas hombre y los gastos que puedan incurrir como materiales o insumos, finalmente la empresa tendrá como resultado una producción eficiente.</p>
Objetivo	Como objetivo de la investigación se ha tomado el bajo nivel de calidad de las MYPES. Medir el nivel de calidad que genera sus procesos, es un punto de partida para implementar las mejoras. En las empresas de confecciones para la exportación.	
Metodología		
Tipo	Aplicada	
Enfoque	Mixto	
Diseño	Cuasi experimental en series de tiempo.	
Método		
Población	La población estuvo conformada por todas las órdenes de fabricación que se trabajaron en la MYPE que brinda servicios a la empresa exportadora.	
Muestra	Se seleccionó una MYPE de Confecciones que tiene 18 trabajadores: un supervisor, un repartidor, 13 operarios de máquina, un mecánico a medio tiempo, 1 manual y 2 inspectoras.	
Técnicas	Test	
Instrumentos	Ordenes de fabricación	
Método de análisis de datos	Diagrama de Ishikawa, SPS	
Resultados	La escala de medición usada fue nominal, los estadísticos usados fueron frecuencia y conteo y el	

	análisis inferencial fue a través de la prueba no paramétrica Chi cuadrado.	
Conclusiones	<p>Se logró reducir el nivel de reproceso de 27.6% a 20.4%; como resultado del sistema propuesto.</p> <p>Beneficios para el taller de confección, al reducir el nivel de reproceso, permitirá mejorar su productividad.</p> <p>Beneficios para la empresa exportadora, que disminuye sus gastos por arreglos, en órdenes aprobadas en el taller de confecciones.</p> <p>Beneficios para el taller de confecciones y la empresa exportadora al tener una producción más previsible, tanto por la medición de calidad como por el sistema de mejora continua que le permitirá ir disminuyendo el porcentaje de reproceso.</p>	
Referencia (tesis)	Pérez, M. (2017). Implementación de herramientas de control de calidad en MYPEs de confecciones aplicación de mejora continua PHRA. <i>Revista Inustrial Data</i> , 1-6.	

Datos del antecedente nacional: 5		Redacción final
Título	El uso de las plataformas digitales para mejorar la calidad de servicio en el RENIEC – Lima 2018.	Tam (2018) mediante su estudio abordó el tema de <i>El uso de las plataformas digitales para mejorar la calidad de servicio en el RENIEC – Lima 2018</i> . Con el objetivo de plantear el uso de plataformas digitales para mejorar la calidad del servicio en dicha institución. El estudio fue de tipo comprensivo con enfoque mixto, se considera como población al público que acude a las oficinas registrales de RENIEC. En cuanto a los resultados obtenidos, respecto
Autor	2018	
Año	Tam Chang, Liliana Carolina	
Objetivo	Proponer el uso de las plataformas digitales para mejorar la calidad de servicio del RENIEC 2018.	

Metodología		
	Tipo	Proyectivo de nivel comprensivo.
	Enfoque	Mixto
	Diseño	Transversal
	Método	Inductivo-deductivo
	Población	La población a estudiar es el público que acude a las oficinas registrales de RENIEC a realizar.
	Muestra	Los ciudadanos que acuden a las oficinas registrales de RENIEC.
	Técnicas	Encuesta
	Instrumentos	Cuestionario de preguntas
	Método de análisis de datos	Diagrama de Pareto
Resultados		<p>Con respecto a la sub-categoría confiabilidad se observa que en el indicador rapidez denotan que el servicio es regular en el momento de brindar la atención de lo requerido y se observa que falta un poco de orden. Sin embargo, los indicadores, en cumplimiento, disponibilidad y eficacia los ciudadanos observan que se brindan un servicio satisfactorio.</p> <p>En la sub categoría Capacidad de respuesta se observa que en el indicador servicio los ciudadanos opinan que es de regular adecuado, pero carecen de técnicas para mejorar el servicio. Por otro lado, en los indicadores comunicación y eficiencia opinan que es regular si bien los empleados</p>

a la sub-categoría confiabilidad se muestra que el servicio tiene satisfacción regular, no hay un orden en las atenciones, en la sub-categoría capacidad de respuesta existe una buena orientación por parte de personal a cargo del servicio, pero hay demoras en la atención, por lo tanto la calidad del servicio es de promedio regular, referencia a empatía los empleados no muestran amabilidad y respeto, finalmente RENIEC carece de equipamiento, las oficinas tiene los espacios descuidados y malas condiciones de higiene. Se concluye que las plataformas de servicio ayudarían a disminuir las molestias y las largas horas de espera de los ciudadanos, de esta manera se puede aprovechar las bondades tecnológicas.

	<p>responden y brindan correctamente la información sobre los procedimientos se nota el desdén en el trato de la mayoría de los empleados.</p> <p>De acuerdo a los resultados la opinión de los entrevistados indica en el indicador guía que el servicio es regular y que se debe mejorar el trato amable que deben tener los empleados. Por otro lado, el indicador servicio los entrevistados opinan que el servicio recibido es regular pero los procesos podrían mejorarse respecto a la rapidez de atención y trámite.</p> <p>De acuerdo a la figura se observa que en el indicador amabilidad la opinión de los entrevistados opina que los empleados muestran poca amabilidad y ciertos empleados no responden al saludo de los ciudadanos, del mismo modo, opinan que no demuestran buena actitud por el trato displicente y poco amable.</p> <p>En el indicador elementos tangibles, los entrevistados opinan que el equipamiento tiene regular apariencia y algunas oficinas no son tan limpias ni ordenadas como otras respecto a las áreas de espera. De igual manera, algunos letreros están mal colocados y falta mejorar la señalización.</p>	
Conclusiones	<p>Para tratar de superar y resolver los reclamos y quejas constante de los ciudadanos por la calidad de servicio brindado, se propuso la difusión y sensibilización a los usuarios del mayor uso de la tecnología y traten realmente de utilizar las bondades que representan las plataformas</p>	

	<p>digitales y que están disponibles en la web, plataforma virtual multiservicios – (PVM).</p> <p>Para conocer y diagnosticar la calidad de servicio brindado la institución realizó un estudio a través de un enfoque mixto con el empleo de instrumentos cuantitativos y cualitativos aprobado por tres juicios de expertos con el fin de analizar la problemática y proponer según los resultados la detección de las debilidades y oportunidades de mejora para el bienestar del ciudadano.</p> <p>Para el desarrollo de los conceptos de la categoría y sub categorías para el plan de tesis se detallaron en el marco conceptual antecedentes nacionales e internacionales que a través de las investigaciones ya realizadas sirva de apoyo y para el desarrollo e enriquecimiento del presente estudio de mejora de la calidad de servicio.</p> <p>Se realiza el diseño de la propuesta de acuerdo al problema de la investigación institucional según los cuadros de actividades, diagramas y presupuestos, que son aspectos que integran para el estudio de la mejora de la calidad de servicio, la conservación del medio ambiente y la optimización de la imagen instruccional.</p> <p>La propuesta de solución, “El uso de las plataformas digitales para mejorar la calidad de servicio en el RENIEC “se validó a través del Certificado de validez de la propuesta superando los objetivos propuestos.</p>	
Referencia (tesis)	<p>Tam, L. (2019). <i>El uso de las plataformas digitales para mejorar la calidad de servicio en el RENIEC – Lima 2018</i>. Lima: Universidad Norbert Wiener.</p>	

Anexo 6: Marco conceptual

Variable o categoría 1: Calidad en el Servicio				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Christian Grönroos	1994	Según Gronroos citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales (2005) menciona que “la calidad de servicio percibida depende de la comparación del servicio esperado con el servicio percibido” (p. 68).	Podemos comprender que en la prestación de un servicio lo sustancial e importante es alcanzar un nivel de excelencia, ya sea en la mano de obra del personal o en las herramientas que permiten desarrollar determinada labor. Asimismo todas las características permitan satisfacer las necesidades de los clientes (Gronroos citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 2005)	Servirá de apoyo para identificar los problemas que pueda tener la empresa CZ Group S.A.C., respecto a las labores de campo y saber si estas logran alcanzar la excelencia total en la prestación de sus servicios.
Referencia:	Gronroos citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Revista de Ciencias Administrativas y Sociales</i> , 68.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Peter Drucker	1990	Según Drucker citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales (2005) menciona que el concepto de “calidad no es lo que se pone dentro de un servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar” (p.68).	Permite tener otro enfoque de la calidad, según este autor llama a la calidad como el conjunto de características en el desarrollo de un determinado servicio o producto, cuyos atributos deben contener diferentes estándares de excelencia que permitan la satisfacción total del cliente (Drucker citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 2005).	Es importante para determinar los atributos que la empresa CZ Group S.A.C., aplica al momento de ejecutar una labor o servicio. Y estos se vean reflejados en la satisfacción del cliente.

Referencia:	Drucker citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición*. <i>Revista de Ciencias Administrativas y Sociales</i> , 68.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Kaoru Ishikawa	1986	Conforme Ishikawa citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales (2005) nos explica que “calidad significa calidad del producto. Más específicamente, calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la in-formación, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc.” (p.67).	Expresa que para obtener calidad en un bien o servicio debemos aplicar ciertos estándares de calidad o control en todos los procesos o transformación, para generar resultados o productos con niveles de excelencia que satisfagan al cliente o consumidor final (Ishikawa citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 2005).	Permitirá identificar si la empresa CZ Group S.A.C. aplica algún estándar o control de calidad al momento de la prestación de sus servicios, y si realmente sus clientes están satisfechos.
Referencia:	Ishikawa citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Revista de Ciencias Administrativas y Sociales</i> , 67.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Joseph M. Juran	1990	Según Juran citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, (2005) concibe que “la calidad consiste en aquellas características de producto que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto. 2) Calidad consiste en libertad después de las deficiencias” (p.67).	El autor manifiesta que se debe trabajar bajo ciertas características o necesidades del cliente o usuario, es decir aplicar herramientas al uso diario de las tareas dentro de la organización, a fin de tener productos o servicios terminados con altos niveles de satisfacción (Juran citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 2005)	Facilitará para crear planes en la productividad y desarrollo diario de las tareas encomendadas a cada colaborador de la empresa CZ Group S.A.C.

Referencia:	Juran citado en Fontalvo, T. J., & Vergara, J. C. (2010). <i>La Gestión de la Calidad en los Servicios ISO: 9001:2008</i> . España: Eumed-Universidad de Malaga (España).			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
W. Edwards Deming	1989	Según, Deming citado en la revista de ciencias administrativas y sociales, (2005) propone que la “calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente” (p.67)	Manifiesta que la calidad es identificar todas aquellas necesidades del cliente o usuario que se plasman con las capacidades que una empresa puede poseer para la producción o ejecución de un determinado bien o servicio, logrando la satisfacción total del cliente (Deming citado en la revista de ciencias administrativas y sociales, 2005).	Cuyo tema ayudará para identificar y analizar las capacidades de la empresa CZ Group S.A.C., si realmente son las indicadas para atender aquellas necesidades de sus clientes, pudiendo proponer herramientas u objetivos que ayuden a generar satisfacción en los clientes.
Referencia:	Deming citado en la revista de ciencias administrativas y sociales. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Ciencias Administrativas y Sociales</i> , 67.			

Variable o categoría 2: Fiabilidad				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
		La fiabilidad es la capacidad que debe tener la empresa que presta el servicio para ofrecerlo de manera confiable, segura y cuidadosa. Dentro del concepto de fiabilidad se encuentran incluidos todos los elementos que permiten al cliente detectar la capacidad y conocimientos profesionales de la organización, es	Druker manifiesta, para que una empresa sea verídica en el mercado, debe estar en toda la capacidad de ofrecer un servicio confiable, que puede ser demostrado mediante el conocimiento o experiencia de las personas que atenderán el servicio, demostrando fiabilidad en todo momento, es decir desde que los clientes consumen o adquieren el	Identificar si el personal de la empresa demuestra confianza y cuenta con todos los conocimientos para poder atender un servicio que este pueda ser fiable en el tiempo.

Peter Druker	1990	decir, fiabilidad significa brindar el servicio de forma correcta desde el primer momento, Druker citado en la revista INNOVAR (2005)	producto o servicio (Druker citado en la revista INNOVAR, 2005).	
Referencia:	Druker citado en la revista INNOVAR. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia</i> , 69.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Parasuraman, Zeithaml y Berry	1985-1988	Según Parasuraman, Zeithaml & Berry Citados en la revista INNOVAR (2005) manifiesta que la fiabilidad es la “habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa (p.71-72)	Este autor expresa que la fiabilidad es aquella aptitud, para desarrollar un servicio y cumplir o satisfacer con lo prometido de manera fiable y cuidadosa (Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR, 2005).	Verificar si el servicio que presta la empresa CZ Group se está ejecutando de manera fiable y cuidadosa, mediante estas aptitudes se logre la satisfacción de sus clientes.
Referencia:	Parasuraman, Zeithaml, Berry Citados en INNOVAR. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia</i> , 71-72.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
RAE	2018	Conforme, Real Academia Española (2018) nos dice que fiabilidad es la “probabilidad de buen funcionamiento de algo”.	La RAE manifiesta que fiabilidad es el resultado o probabilidad de un buen servicio o funcionamiento ejecutado o por ejecutar (Real Academia Española, 2018).	Indagar las probabilidades de un funcionamiento en la prestación de los servicios, comprenda la satisfacción al 100%.
Referencia:	Real Academia Española. (2018). <i>Real Academia Española</i> . Obtenido de https://dle.rae.es/?id=Hpsj999			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Carlos Mario Pérez	2019	Según, (Pérez C. , 2019) precisa sobre la fiabilidad que es la “Probabilidad de que un activo o sistema funcione sin fallar durante un período de tiempo	Pérez describe que fiabilidad trata que un activo o el sistema de una empresa no falle por un periodo determinado, es decir no	Detectar si la empresa tiene fallas o reclamos cuando atiende un servicio,

		determinado bajo ciertas condiciones de operación previamente establecidas”.	surjan fallas mientras se atiende el servicio (Pérez, 2019).	saber cómo las resuelve cuando hay algún problema.
Referencia:	Pérez, C. (2019). <i>RELIABILITYWEB.COM</i> . Obtenido de https://reliabilityweb.com/articles/entry/reliability-concepts-and-trends .			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
David Garvin	1987	Conforme, Garvin (1987) describe que en “esta dimensión refleja la probabilidad de que un producto funcione mal o falle dentro de un período de tiempo específico	Garvin, describe que la fiabilidad es el reflejo probable de un producto o servicio, comtemplente un buen funcionamiento adecuado dentro de su periodo determinado de lo contrario generara fallas o problemas (Garvin, 1987).	Saber si el funcionamiento de la empresa no contempla fallas en las atenciones de cada servicio.
Referencia:	Garvin, D. (1987). Compitiendo en las ocho dimensiones de la calidad. <i>Harvard Business Review</i> . Obtenido de https://hbr.org/1987/11/competing-on-the-eight-dimensions-of-quality			

Variable o categoría 3: Capacidad de respuesta				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Peter Druker	1990	Capacidad de respuesta se refiere a la actitud que se muestra para ayudar a los clientes y para suministrar el servicio rápido; también hacen parte de este punto el cumplimiento a tiempo de los compromisos contraídos, así como lo accesible que resulte la organización para el cliente, es decir, las posibilidades de entrar en contacto con	Peter nos explica que la capacidad de respuesta es aquella habilidad de poder atender las solicitudes de los clientes en el tiempo oportuno, asimismo mostrándose accesible para la organización que requiere el servicio, generando confianza y factibilidad para seguir vendiéndole. (Druker citado en la revista INNOVAR, 2005)	Constatar si la empresa CZ Group atiende sus compromisos en el tiempo oportuno, satisfaciendo a sus clientes en cada requerimiento generado.

		ella y la factibilidad de lograrlo, Druker citado en la revista INNOVAR (2005)		
Referencia:	Druker citado en la revista INNOVAR. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia</i> , 69.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Parasuraman, Zeithaml y Berry	1985-1988	Según Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR (2005) revela que la capacidad de respuesta es aquella “disposición para ayudar a los clientes y para proveerlos de un servicio rápido” (p.71-72).	Los autores manifiestan, que la capacidad de respuesta, es aquel tiempo oportuno que una determinada empresa le brinda su cliente, con el objetivo de resolver una solicitud de manera rauda (Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR, 2005).	Saber si la empresa CZ Group provee un servicio en el tiempo oportuno, considerando los estándares de calidad para cada trabajo.
Referencia:	Parasuraman, Zeithaml, Berry Citados en INNOVAR. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia</i> , 74-72.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Holly McGurgan	2019	La capacidad de respuesta es “mantener contentos a sus clientes es la clave para garantizar que sus clientes actuales no se conviertan en clientes anteriores. No cumplir con los plazos o ignorar las consultas de los clientes puede aumentar la insatisfacción de los clientes con su empresa y estimularlos a investigar los servicios de sus competidores, McGurgan (2019).	McGurgun nos detalla que la capacidad de respuesta es aquella habilidad de una empresa para mantener a los clientes en el tiempo, a través de la atención a sus requerimientos o consultas que contribuyan a las satisfacción de sus necesidades, de tal manera no haya intención por consultar a otros competidores (McGurgan, 2019).	Investigar si la empresa CZ Group tiene como prioridad la satisfacción de sus clientes, también saber cuánto tiempo los clientes mantiene los servicios que ofrece la empresa.
Referencia:	McGurgan, H. (2019). <i>Chron</i> . Obtenido de https://smallbusiness.chron.com/customer-responsiveness-31487.html			

Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Sean Meehan & Charlie Dawson	2002	Según Meehan & Dawson citado en la revista Chron (2002) manifiestan que la capacidad de respuesta “es darles a los clientes lo que necesitan, quieren o no saben que quieren y lo hacen más rápido que cualquier otra persona.	Los autores nos explican que la capacidad de respuesta, es brindar a los clientes lo que necesitan, lo que quieren o supuestamente desean en el tiempo más rápido que cualquier otro proveedor o persona los haya atendido, con la finalidad de sacar ventaja y mostrarse como una empresa que garantiza la satisfacción de sus clientes (Conforme Meehan & Dawson citado en la revista Chron, 2002).	Detectar si la empresa CZ Group cumple con la atención en los tiempos determinados, rangos de tiempos que alcancen a satisfacer las necesidades de sus clientes.
Referencia:	Meehan & Dawson citado en la revista Chron. (2002). <i>Chron</i> . Obtenido de			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Holly McGurgan	2019	Conforme McGurgan (2019) Cuando “la capacidad de respuesta del cliente es una prioridad, encontrará que las oportunidades para atender a sus clientes aumentan, mientras que los problemas y los problemas de servicio disminuyen”.	McGurgan en este otro concepto nos revela que, cuando una empresa tiene como prioridad la capacidad de respuesta con el cliente, surgirán muchas oportunidades para tener contento a ese cliente, asimismo, los problemas o quejas respecto al servicio disminuyen (McGurgan, 2019).	Reconocer si las prioridades de CZ Group la que más prevalece es la atención oportuna.
Referencia:	Meehan & Dawson citado en la revista Chron. (2002). <i>Chron</i> . Obtenido de			

Variable o categoría 4: Seguridad				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Peter Druker	1990	Según, Druker citado en la revista INNOVAR (2005) manifiesta sobre “la seguridad es el sentimiento que tiene el cliente cuando pone sus problemas en manos de una organización y confía en que serán resueltos de la mejor manera posible ((p.69).	En cuanto a seguridad Drucker nos manifiesta que, es aquella confianza profunda que un determinado cliente posee para depositarlo en manos de un proveedor, con la finalidad, que este, lo resuelva de la mejor manera posible. (Druker citado en la revista INNOVAR, 2005).	Percibir el nivel de confianza que los clientes poseen y depositan en la empresa CZ Group, para encargar la ejecución de sus solicitudes.
Referencia:	Druker citado en la revista INNOVAR. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia</i> , 69.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Peter Druker	1990	Seguridad implica credibilidad, que a su vez incluye integridad, confiabilidad y honestidad. Esto significa que no sólo es importante el cuidado de los intereses del cliente, sino que la organización debe demostrar también su preocupación en este sentido para dar al cliente una mayor satisfacción, Druker citado en la revista INNOVAR (2005)	En este concepto Druker manifiesta que las empresas deben mostrar preocupación por las necesidades y los intereses de sus clientes, en tal sentido, generaran un sentimiento de confianza y credibilidad, logrando la plena satisfacción de la organización en su conjunto (Druker citado en la revista INNOVAR, 2005).	Identificar si la empresa y los trabajadores muestran, credibilidad, confiabilidad y honestidad al momento de la ejecución de los trabajos de campo, ya que es una empresa que se queda cargo del locatario en horarios nocturnos.
Referencia:	Druker citado en la revista INNOVAR. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia</i> , 69.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis

Parasuraman, Zeithaml y Berry	1985-1988	Conforme Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR (2005) expresa que la seguridad es la "inexistencia de peligros, riesgos o dudas.". (p.71-72).	Como los autores lo expresan, una empresa es considerada segura cuando comprende ciertos puntos como: La inexistencia de peligros que conlleven a desarrollar sus actividades sin temor alguno, riesgos que vayan contra su salud y bienestar físico y finalmente no debe surgir dudas, que motiven a cometer errores (Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR, 2005).	Verificar si la empresa cuenta con todos los lineamientos para la seguridad laboral y evitar los riesgos en el trabajo.
Referencia:	Parasuraman, Zeithaml, Berry Citados en INNOVAR. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia</i> , 71-72.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Parasuraman, Zeithaml y Berry	1985-1988	Según, Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR (2005) expresa sobre seguridad "conocimiento y atención de los empleados y su habilidad para inspirar credibilidad y confianza" (p.71-72).	En este concepto los autores también expresan sobre la seguridad, son los conocimientos y la atención que prestan los empleados a su habilidad por generar credibilidad y confianza a sus clientes (Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR, 2005).	Analizar el nivel de conocimientos que tienen los empleados de la empresa para desarrollar los trabajos de campo.
Referencia:	Parasuraman, Zeithaml, Berry Citados en INNOVAR. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia</i> , 71-72.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Fernando Revilla Ramos	2014	Conforme, Revilla (2014) describe que la seguridad es el "grado en que las organizaciones conocen, prevén y se preparan para evitar riesgos innecesarios" (p.1085).	En este contexto el autor manifiesta sobre la seguridad en las organizaciones, es el nivel de conocimiento y prevención para evitar cualquier riesgo laboral que afecte las actividades del personal (Revilla, 2014).	Verificar los procedimientos de control o prevención ante cualquier eventualidad de riesgo que interrumpa las labores del personal.

Referencia:	Revilla, F. (2014). <i>Dimensiones de la calidad en sanidad</i> . Madrid-España: Diaz de Santos.
--------------------	--

Variable o categoría 5: Empatía				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Peter Druker	1990	Empatía significa la disposición de la empresa para ofrecer a los clientes cuidado y atención personalizada. No es solamente ser cortés con el cliente, aunque la cortesía es parte importante de la empatía, como también es parte de la seguridad, requiere un fuerte compromiso e implicación con el cliente, conociendo a fondo sus características y sus requerimientos específicos, Druker citado en la revista INNOVAR (2005).	Para que la empresa pueda ser empática con sus clientes, primero debe estar dispuesta a conocer y manejar muy bien las necesidades de cada uno de ellos, a su vez, ofrecer un servicio cuidadoso y personalizado, la cortesía es importante pero no suficiente, ya que depende mucho la seguridad de los individuos involucrados (Druker citado en la revista INNOVAR, 2005).	Reconocer si los trabajadores de la empresa, están dispuestos y tienen la seguridad de atender un requerimiento o necesidad del cliente, incluyendo la cortesía y el respeto.
Referencia:	Druker citado en la revista INNOVAR. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia</i> , 69.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Parasuraman, Zeithaml y Berry	1985-1988	Conforme a Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR (2005) manifiesta que la empatía es la "muestra de interés y nivel de atención individualizada que ofrecen las empresas a sus clientes" (p.71-72).	En cuanto a empatía los autores nos detallan, las empresas deben mostrar interés y atención individualizada en cada servicio que ofrece, considerando criterios como: Accesibilidad al servicio o producto, comunicación entre ambos involucrados, proveedor-cliente y mucha comprensión ya que este punto es la clave para que vuelva a	Identificar el nivel de interés que le coloca la empresa CZ Group a cada atención realizada.

			repetir la compra (Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR,2005).	
Referencia:	Parasuraman, Zeithaml, Berry Citados en INNOVAR. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia</i> , 71-72.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Prashanthini Mande	2019	Según Mande (2019) expresa que “la empatía es la capacidad de comprender y compartir los sentimientos de otro.	Mande detalla que la empatía es aquella capacidad que poseen las personas que están dentro de una empresa u organización, para lograr comprender y compartir los sentimientos o necesidades del cliente (Mande, 2019).	Indagar si el personal de la empresa a la que estamos investigando realmente se pone en el zapato de sus clientes, cuando estos, presentan una dificultad o problema.
Referencia:	Mande, P. (2019). <i>FreshdeskBlog</i> . Obtenido de https://freshdesk.com/customer-service-skills/guide-empathy-customer-service-blog/			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Kimberlee Leonard	2019	Conforme Leonard (2019) determina que “la empatía absorbe la emoción, ayudando a que los clientes entren en un estado de negociación en lugar de quejas”.	Leonard manifiesta sobre empatía, el personal de atención al cliente de una empresa debe absorber la emoción de los clientes, que permita o conlleve a una negociación en lugar de quejas, es decir que el problema se convierta en una negociación en favor de ambas partes (Leonard, 2019).	Percibir como la empresa soluciona las quejas de sus clientes, si estas, se convierten en un problema o en una negociación en favor de ambas partes.
Referencia:	Leonard, K. (2019). <i>Chron</i> . Obtenido de https://smallbusiness.chron.com/use-empathy-customer-service-920.html			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Kimberlee Leonard	2019	Según Leonard (2019) describe “Implementar la capacitación de empatía y ayudar a los equipos de servicio al cliente a mitigar la	Leonard describe que la empatía en una empresa debe darse con capacitaciones constantes a los equipos de atención al cliente, con el objetivo de disminuir la	Investigar si la empresa proporciona capacitaciones constantes al personal,

		insatisfacción del cliente ayuda a retener a los consumidores, creando una situación de ganar-ganar”.	insatisfacción y retener a los consumidores, generando una posición de ganar-ganar. (Leonard, 2019).	para mejorar la atención de sus servicios.
Referencia:	Leonard, K. (2019). <i>Chron</i> . Obtenido de https://smallbusiness.chron.com/use-empathy-customer-service-920.html			
Variable o categoría 6:Elementos tangibles				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Peter Druker	1990	Intangibilidad: A pesar de que existe intangibilidad en el servicio, en sí es intangible, es importante considerar algunos aspectos que se derivan de dicha intangibilidad: los servicios no pueden ser mantenidos en inventario; si no se utiliza la capacidad de producción de servicio en su totalidad, ésta se pierde para siempre, Druker citado en la revista INNOVAR (2005).	Drucker nos revela que la intangibilidad de un servicio no se puede registrar bajo inventario, pero existe otra forma de reconocer y es a través de la utilización del 100% de su capacidad, de no ser utilizada se perdería y se desaprovecharía los recursos (Druker citado en la revista INNOVAR, 2005).	Indagar si la empresa está utilizando el 100% de su capacidad, permitiendo utilizar al máximo sus recursos y cumplir con las tareas y los objetivos diarios.
Referencia:	Druker citado en la revista INNOVAR. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia</i> , 69.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis

Parasuraman, Zeithaml y Berry	1985-1988	Como Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR (2005) lo describe, la tangibilidad es la “aparición de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación” (p.71-72).	Para los autores la tangibilidad son aquellos recursos que pueda poseer la empresa como: Infraestructura, herramientas, equipos y personal, bienes que le permiten a la empresa tener una apariencia ante el medio externo (Parasuraman, Zeithaml, Berry citados en INNOVAR, 2005).	Investigar si la empresa cuenta con todas las herramientas, equipos y personal que le permita tener una imagen ante sus clientes.
Referencia:	Parasuraman, Zeithaml, Berry Citados en INNOVAR. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Revista de ciencias administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia</i> , 71-72.			
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Alejandro Mollá, Gloria Berenguer, Miguel Ángel Gómez, Ismael Quintanilla	2014	Según Mollá, Berenguer, Gómez, & Quintanilla (2014) sostiene que 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” (p.27)	En cuanto a tangibilidad los autores transmiten que, son las particularidades del desarrollo de las actividades y también son aquellas características de diseño o imagen que son percibidas por los clientes al momento de adquirir o comprar un producto o servicio (Mollá, Berenguer, Gómez, & Quintanilla, 2014).	Identificar las características en particular, sobre el servicio que presta la empresa y como lo perciben los clientes.
Referencia:	Mollá, A., Berenguer, G., Gómez, M. A., & Quintanilla, I. (2014). <i>Comportamiento del Consumidor</i> . Barcelona: Eureka Media SL.			
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Josep Chias	1997	El grado de tangibilidad varía según el producto se trate de un bien, un servicio o una idea. Los bienes físicos o mercancías son productos en los que la tangibilidad viene definida por el	Chias nos describe que la tangibilidad en un producto puede medirse a través de las proporciones o beneficios que puede poseer este, es decir, tamaño, diseño, envase o los ingredientes que puede contener.	Analizar el grado de tangibilidad en cada requerimiento que se ejecuta.

		<p>tamaño, el peso, el tipo de envase y los ingredientes.</p> <p>Por su parte, cabe clasificar los servicios en función del grado de tangibilidad de las prestaciones que llevan a cabo. De este modo, cabe distinguir los servicios de naturaleza esencialmente intangible de aquellos que, en cambio, muestran algún elemento o resultado tangible (Chias citado en Mollá, 2014).</p>	<p>De diferente manera nos manifiesta sobre la tangibilidad en el servicio, se puede catalogar como el nivel de tangibilidad que llevan a cabo cada requerimiento o prestación (Chias citado en Mollá, 2014).</p>	
Referencia:	Chias citado en Mollá, B. G. (2014). <i>Comportamiento del consumidor</i> . Barcelona: Eureka Media, SL.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Asociación Española para la calidad "AEC"	2003	Conforme Asociación Española para la calidad (2003) asegura que la tangibilidad es la "valoración de los elementos tangibles del servicio, como son la ubicación, los equipos informáticos, el personal los soportes de comunicación y en definitiva, es decir los bienes materiales que representan el servicio físicamente" (p.56)	La AEC detalla que la tangibilidad es el valor que la empresa da a los elementos tangibles como la ubicación, los equipos informáticos o la tecnología que pueda tener , los conocimientos y el personal (Asociación Española para la calidad, 2003).	Comprobar si la empresa cuenta con las herramientas tecnológicas que le permitan desarrollar sus actividades de forma eficiente, asimismo, indagar si el personal ejecutor cuenta con todos los conocimientos que se requiere en cada labor.
Referencia:	Asociación Española para la calidad. (2003). <i>Cómo medir la satisfacción del cliente</i> . España: Asociación Española para la calidad.			

Categoría Emergente 1: Interacción Humana				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis

Christian Grönroos	1994	Según, Gronroos citado en la revista INNOVAR (2005) manifiesta que la comunicación es “mantener a los clientes informados, utilizando un lenguaje que puedan entender, así como escucharlos” (p.71).	Por otro lado Gronroos especifica que la empresa debe mantener a sus clientes informados sobre cualquier eventualidad que pueda surgir, a través de formas o medios que puedan entender el problema que conlleva a la comunicación (Gronroos citado en la revista INNOVAR, 2005).	Identificar los medios de comunicación que tiene la empresa para darle a conocer a sus clientes, del mismo modo, saber cuáles son los problemas de comunicación.
Referencia:	Gronroos citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. <i>Revista de Ciencias Administrativas y Sociales</i> , 68.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Constanza Moya	2006	Según, (Moya, 2006) la comunicación “se caracteriza por el conjunto de actividades racionales que se llevan a cabo y que permiten que podamos no sólo obtener información del entorno a través de la percepción, sino inferir nuevos conocimientos a partir de otros ya adquiridos” (p.1).	Moya describe que la interacción humana es el conjunto de tareas similares que se dan mediante determinado trabajo o acontecimiento, a través del cual se puede recolectar información que puede ser base para otros acontecimientos. (Moya, 2006).	Determinar todas las tareas que conllevan a una buena o mala comunicación entre los empleados y clientes de la empresa.
Referencia:	Moya, C. (2006). Relevancia e Inferencia Procesos cognitivos de la Comunicación Humana. <i>Universidad Nacional de Colombia Departamento de Lingüística</i> , 1.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Dolores Fernández Elena Fernández	2017	Conforme Fernández & Fernández, (2017) en su investigación detallan que la comunicación “es el proceso por el que se transmite una información de un emisor a un receptor, de manera que se produce un intercambio de mensajes,	Los autores manifiestan, la existencia de una interacción se da cuando hay un emisor y un receptor, es decir cliente - proveedor o trabajador – empleador, por medio de este se trasmite mensajes, acontecimientos o	Reconocer cual es el proceso de comunicación de la empresa CZ Group cuando acontece un problema dentro de las labores.

		ideas, sentimientos y acciones entre las personas” (p.3).	problemas que puedan contraer una labor (Fernández & Fernández, 2017).	
Referencia:	Fernández, D., & Fernández, E. (2017). <i>Comunicación Empresarial y Atención al Cliente</i> . Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Dolores Fernández Elena Fernández	2017	Según Fernández & Fernández, (2017) conceptualizan en su libro “es muy importante que haya una buena comunicación dentro de la empresa, de forma que se logre que los mensajes que se transmiten sean entendidos de una manera fácil y eficaz” (p.4).	Los autores detallan que es muy importante que exista una buena interacción dentro de una organización, mediante este proceso se puedan desarrollar o resolver actividades con mensajes entendibles y de manera fácil (Fernández & Fernández, 2017).	Revisar si el nivel de comunicación entre la empresa CZ Group y sus clientes es de manera entendible y de fácil comprensión.
Referencia:	Fernández, D., & Fernández, E. (2017). <i>Comunicación Empresarial y Atención al Cliente</i> . Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Dolores Fernández Elena Fernández	2017	Conforme Fernández & Fernández, (2017) especifican en su libro sobre la comunicación externa de la empresa “es el conjunto de mensajes con contenido informativo de la organización, dirigidos a mejorar o crear las relaciones con diferentes públicos relacionados con la empresa, de manera que proyecte una imagen favorables de la misma” (p.6).	La interacción externa según los autores, son todas aquellas notas con contenido relevante de la empresa, dirigidos al cliente o personal de la organización con el fin de mejorar algún suceso o tarea pendiente (Fernández & Fernández, 2017).	Analizar el nivel de comunicación externo que tiene la empresa.
Referencia:	Fernández, D., & Fernández, E. (2017). <i>Comunicación Empresarial y Atención al Cliente</i> . Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.			

Categoría Emergente 2: Desarrollo Empresarial				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Rodrigo Varela Olga Lucia Bedoya	2006	El empresario debe disponer, por sí mismo o por sus asociados o empleados, de los conocimientos y habilidades que el negocio como tal exige. Debemos tener claro que todo negocio implica una tecnología especial, y que ella debe estar disponible ojalá al mejor nivel, pues no solo va a brindar una ventaja competitiva sino que le va a permitir al empresario adecuarse mejor a todos los cambios que el entorno de desarrollo del negocio le exija (Varela & Bedoya, 2006)	Para los autores el desarrollo empresarial, es aquella estrategia que utilizan las empresas o empresarios para implementar tecnología en la organización (herramientas, equipos y sistemas) con la finalidad de adecuarse en el mercado y contrarrestar las demandas del producto o servicio, permitiendo lograr una ventaja competitiva, abriendo nuevas carteras de clientes (Varela & Bedoya, 2006).	Investigar si la empresa CZ Group tiene como objetivo invertir en equipos o herramientas tecnológicas que le permitan desarrollar trabajos más eficientes.
Referencia:	Varela, R., & Bedoya, O. (2006). <i>Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial Basado en Competencias</i> . Colombia: Universidad UCESI.			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Rodrigo Varela Olga Lucia Bedoya	2006	Según, Varela & Bedoya (2006) manifiesta que “todo negocio requiere de una infraestructura para poder operar. Esta incluye recursos físicos (tierra, edificios, equipos, maquinarias, mobiliario, marcas, patentes, recursos naturales, etc.)” (p.33)	Los autores también nos describen que el desarrollo empresarial son inversiones que la empresa realiza, con el fin de mejorar su capacidad industrial o corporativa, siendo estos los recursos que servirán de apoyo para generar mayores beneficios a la empresa o industria (Varela & Bedoya, 2006).	Indagar los recursos que posee la empresa CZ Group que suman a su crecimiento, también saber cuáles son los recursos que carecen y al mismo tiempo impide el desarrollo de sus actividades.

Referencia:	Fernández, D., & Fernández, E. (2017). <i>Comunicación Empresarial y Atención al Cliente</i> . Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.			
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
OverBlog	2011	El desarrollo empresarial es un proceso por medio del cual el empresario y su personal adquieren o fortalecen habilidades y destrezas, por el cual favorecen el manejo eficiente y fuerte de los recursos de su empresa, la innovación de productos y procesos, de tal manera, que coadyuve al crecimiento sostenible de la empresa (OverBlog, 2011).	Por otro lado OverBlog nos manifiesta que el desarrollo empresarial es la evolución entre empresario y personal, ambos individuos confortan conocimientos, ideas, capacidades y aptitudes que aportan a la buena utilización de los recursos de la empresa, imagen, marca y la innovación de los productos o servicios (OverBlog, 2011).	Inquirir si los directivos de la empresa desarrollan el trabajo en equipo con su personal, donde se demuestre o comparta conocimientos, experiencia e ideas que permitan la mejora en el servicio.
Referencia:	OverBlog. (31 de Mayo de 2011). <i>OverBlog</i> . Obtenido de OverBlog: https://es.over-blog.com/Que_es_el_desarrollo_empresarial-1228321767-art173750.html# .			
Autor/es	Año	Cita	Parafraseo	Aplicación en su tesis
Gonzalo Royo	2014	Desarrollo de la empresa va algo más allá al plantear modificaciones tanto cuantitativas como cualitativas. Es más amplio que el de crecimiento ya que incluye variaciones cualitativas de la empresa y aunque suele ir acompañado de crecimiento en la mayoría de los casos, no siempre es así. Las estrategias de desarrollo deben estar orientadas hacia la creación de valor, pueden crear valor con crecimiento o sin él mediante una reestructuración (Royo, 2014).	Royo nos dice que el desarrollo empresarial no es solo proponer cambios en las actividades o en la empresa, se trata de aumentar estrategias que permitan generar valor a la compañía o al crecimiento de esta, la progresión del negocio se verá cuando exista una restauración (Royo, 2014).	Indagar cuales son las estrategias que se plantea la empresa para generar valor en las actividades que realizan para el crecimiento mensual o anual.

Referencia:	Royo, G. (20 de Abril de 2014). <i>Capitalibre</i> . Obtenido de https://capitalibre.com/2014/04/crecimiento-desarrollo-empresa			
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Aron Mejias	2019	Cuando hablamos de desarrollo empresarial nos referimos al progreso que tiene una organización a lo largo del tiempo . Esto se consigue por medio de estrategias de capacitación e innovación que fortalecen las habilidades del empresario y sus empleados, todo esto con el fin de mejorar las condiciones de la empresa (Mejias, 2019)	Mejias refiere sobre el desarrollo empresarial es la mejora que la empresa logre a lo largo de su funcionamiento, se puede conseguir a través de la alimentación al conocimiento del personal, mediante capacitación y estrategias de innovación donde los empleados demuestren sus habilidades, con la finalidad de obtener mejores resultados para la compañía (Mejias, 2019).	Investigar si la empresa realiza capacitaciones constantes, que le permita al personal desarrollar las actividades de la mejor manera con resultados objetivos.
Referencia:	Mejias, A. (25 de Marzo de 2019). <i>Cuida tu dinero</i> . Obtenido de https://www.cuidatudinero.com/13098633/definicion-de-desarrollo-empresarial .			

Anexo 7 : Construcción de la categoría problema

Teorías				
Calidad Total	Teoría de sistemas como fundamento de la calidad integral			
Conceptos				
Según Gronroos citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales (2005) menciona que “la calidad de servicio percibida depende de la comparación del servicio esperado con el servicio percibido” (p. 68).	Según Drucker citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales (2005) menciona que el concepto de “calidad no es lo que se pone dentro de un	Conforme Ishikawa citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales (2005) nos explica que “calidad significa calidad del producto. Más	Según (Juran citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, 2005) concibe que “la calidad consiste en aquellas características de producto	Según Deming citado en la revista de ciencias administrativas y sociales, (2005) propone que la “calidad es traducir las necesidades futuras de los usuarios en características

	servicio, es lo que el cliente obtiene de él y por lo que está dispuesto a pagar” (p.68).	específicamente, calidad es calidad del trabajo, calidad del servicio, calidad de la información, calidad de proceso, calidad de la gente, calidad del sistema, calidad de la compañía, calidad de objetivos, etc.” (p.67).	que se basan en las necesidades del cliente y que por eso brindan satisfacción del producto. 2) Calidad consiste en libertad después de las deficiencias” (p.67).	medibles; solo así un producto puede ser diseñado y fabricado para dar satisfacción a un precio que el cliente pagará; la calidad puede estar definida solamente en términos del agente” (p.67)
--	---	---	---	---



La calidad en el servicio se refiere a la satisfacción total del cliente, mediante el esfuerzo interno y externo que pueda poseer la empresa para el desarrollo de las labores.

Anexo 8 : Matriz del método

Enfoque: Mixto				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Roberto Hernández-Sampieri, carlos Fernández Collado & Pilar Baptista Lucio	2014	Según Hernández , Fernández, & Baptista (2014) nos manifiestan que “La meta de la investigación mixta no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni a la investigación cualitativa, si no utilizar las fortalezas de ambos tipos de indagación, combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales (p.565)	Los autores manifiestan que el enfoque mixto es la estretegia de utilizar ambos enfoques (cualitativo y cuantitativo), con la finalidad de poder sustentar un estudio metodológico (Según Hernández , Fernández, & Baptista (2014).	Facilitará al desarrollo del problema en sus dos ámbitos de estudio (cualitativo y cuantitativo) que servirá para identificar la validez del planteamiento del problema y lograr la solución final.

Referencia:	Hernández , R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). <i>Metodología de la Investigación</i> . Mexico: McGRAW Q-HILL.
--------------------	---

Tipo: Proyectiva				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Jacqueline Hurtado de Barrera	2008	Conforme Hurtado (2008) nos dice que la investigación es proyectiva porque “consiste en la elaboración de una propuesta, un plan, un programa o un modelo, como solución a un problema o necesidad de tipo práctico, ya sea de un grupo social, o de una institución, o de una región geográfica, en un área particular del conocimiento, a partir de un diagnóstico preciso de las necesidades del momento, los procesos explicativos o generadores involucrados y de las tendencias futuras, es decir, con base en los resultados de un proceso investigativo” (p.1).	Una investigación de tipo proyectiva puede ser aplicada en un determinado periodo de tiempo o en un futuro posible de la empresa que se está investigando, servirá como base para el diagnóstico de los problemas, y plantear las mejores soluciones posibles para el desarrollo de la organización o área. (Conforme Hurtado, 2008).	Pudiendo aplicar en un futuro no muy lejano, a fin de solucionar muchos problemas respecto a la calidad en la prestación de su servicio que presta CZ Group S.A.C., diagnosticando los problemas existentes y a su vez dando solución a estos.
Referencia:	Hurtado, J. (21 de 02 de 2008). <i>Investigación Holística</i> . Obtenido de http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/02/la-investigacin-proyectiva.html			

Nivel: Comprensivo				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis

Claudia Vásquez Lopera & Sandra Arango Vásquez	2011	Según Vásquez & Arango (2011) nos dicen que “Esta investigación se enmarca dentro de la perspectiva cualitativa, conocida también como comprensiva, en la cual es necesario reconstruir los conceptos relacionados con las interacciones comunicativas que se están tejiendo en la red, específicamente en aquellas que son de orden académico y que evidencian cambios en la interacción intrapersonal, interpersonal, intragrupal e intergrupala dentro de un entorno virtual de aprendizaje (p.113).	Son aquellas interacciones que el investigador desea obtener dentro de su tema, que pueden ser adquiridos de un medio social o individual, a través de aquello pueden haber elementos culturales, históricos y colectivos que se plasmarán dentro del estudio (Vásquez & Arango, 2011).	Permitirá concluir con un trabajo de investigación comprensible, de forma detallada permitiendo el entendimiento del estudio según la variable problema.
Referencia:	Vásquez, C., & Arango, S. (2011). Propuesta Metodológica para la Investigación Comprensiva. <i>Lasallista de Investigación</i> , 113. doi:Revista Lasallista de Investigación - Vol. 8 No. 2			

Método: Inductivo / deductivo				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
José Cegarra Sánchez	2012	Conforme Cegarra (2012) nos dice que el método deductivo “consiste en emitir la hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y comprobar los datos disponibles si está de acuerdo con aquéllas (p.82).	El método es aquella herramienta básica para nuestra investigación que consiste en plantear hipótesis que se aproximen a la solución de los problemas, que sean comparados o validados mediante la recolección de datos y definir si estás pueden ser o no aplicables, (Cegarra, 2012).	Por tanto en nuestra investigación se trabajará mediante dos métodos que son los siguientes: El método inductivo, permite acceder al razonamiento del problema planteado que conlleva a conocimientos generales, suponiendo la certeza en algunas situaciones u ocasiones. Por otro lado el método deductivo, se basa en una situación general a una situación particular, que

				<p>permite el razonamiento para deducir conclusiones partiendo de varias proposiciones.</p> <p>Ambos modelos nos ayudarán a identificar las posibles soluciones al planteamiento de nuestro problema de investigación.</p>
Referencia:	Cegarra, J. (2012). <i>Los Métodos de Investigación</i> . Madrid: Ediciones Díaz de Santos.			

Anexo 9 : Población, muestra y unidades informantes

Población				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Fidias G. Arias	2012	Según Arias (2012) nos menciona que "la población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio" (p.81).	El concepto población se puede definir de dos ámbitos como: población finita y población infinita. La población finita es aquella que integra un conjunto de sistemas, existiendo una base registral de los individuos que lo integran. Por otro lado, la población infinita es aquella donde no hay un registro de los individuos que permitan la recolección de datos de manera coherente y a su vez realizar un estudio de manera eficiente (Arias, 2012).	En cuanto a la población de nuestro estudio serán 30 tiendas a las que la empresa presta sus servicios, mismas que están ubicadas en Lima metropolitana.

Número de supervisores:		4		
Referencia:	Arias, F. (2012). <i>El Proyecto de Investigación, Introducción a la Metodología Científica</i> . Venezuela: Editorial Episteme, C.A.			

Unidades informantes				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Jaqueline Hurtado	2000	Según Arnau citado por Hurtado (2000) nos dice que las unidades informantes "Se refiere a un conjunto de elementos, seres o eventos concordantes entre sí en cuanto a una serie de características, de las cuales se desea obtener alguna información" (p.152).	Las unidades informantes son aquellos individuos que pertenecen a un sistema o un conjunto de sistemas, relacionados con la variable problema, mediante el propósito de recolección de información correcto y exacto para poder emitir una solución (Arnau citado por Hurtado, 2000)	En nuestro estudio nuestras unidades informantes serán los supervisores de mantenimiento de las 30 tiendas a las cuales se presta el servicio, también se consideran los gerentes o encargados de cada tienda ya que ellos perciben y dan el visto bueno de cada trabajo culminado, y por último la base de datos de la empresa o información que se pueda obtener de los gerentes o representantes.
Número de unidades:		4 supervisores de mantenimiento y 30 gerentes de tiendas		
Referencia:	Hurtado, J. (21 de 02 de 2008). <i>Investigación Holística</i> . Obtenido de http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/02/la-investigacion-proyectiva.html			

Anexo 10 : Técnicas e instrumentos

Técnica/s: Entrevista y encuesta				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Fidias G. Arias	2012	Según Arias (2012) nos menciona que "Se entenderá por técnica de investigación, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información" (p.67).	Las técnicas de investigación son aquellas herramientas o métodos que nos permiten recolectar la información según el planteamiento del problema, se pueden aplicar la encuesta y entrevista (Arias, 2012).	Mediante la encuesta podemos conseguir información destacada de los encuestados que vendrían siendo los 30 gerentes de cada tienda. Asimismo las entrevistas se llevarán acabo con los 3 supervisores de mantenimiento de las 30 tiendas de Lima metropolitana.
Referencia:	Arias, F. (2012). <i>El Proyecto de Investigación, Introducción a la Metodología Científica</i> . Venezuela: Editorial Episteme, C.A.			

Instrumento/s cuestionario				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Fidias G. Arias	2012	Conforme Arias (2012) nos afirma que "Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato (en papel o digital), que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información" (p.68)	Según el alcance de este autor son aquellas herramientas, recursos, plantillas o dispositivos que permiten al investigador acceder de manera rápida y eficiente a la recolección de información (Arias,2012).	Trabajaremos bajo el modelo de cuestionario SERVQUAL, mediante una progresión del 1 al 4, por lo cual se podrá determinar con mayor exactitud la calidad del servicio que se está prestando.
Referencia:	Arias, F. (2012). <i>El Proyecto de Investigación, Introducción a la Metodología Científica</i> . Venezuela: Editorial Episteme, C.A.			

Validez				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Roberto Hernández-Sampieri, Carlos Fernández Collado & Pilar Baptista Lucio	2014	Según Hernández , Fernández, & Baptista (2014) nos mencionan que “La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir” (p.200)	La validez se puede definir como el grado en que mide un instrumento en un determinado estudio o problema (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014)	Facilitará para poder medir el grado de viabilidad en nuestra investigación según el determinante problema.
	Apellidos y nombres	Especialidad	Criterio de evaluación	
Validador 1	Rubio Urrelo, Decio	Magister	Aplicable	
Validador 2	Prado López, Hugo Ricardo	Doctor	Aplicable	
Validador 3	Carhuancho Mendoza, Irma Milagros	Doctor	Aplicable	
Referencia:	Hernández , R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). <i>Metodología de la Investigación</i> . Mexico: McGRAW Q-HILL.			

Confiabilidad				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Roberto Hernández-Sampieri, Carlos Fernández Collado & Pilar Baptista Lucio	2014	Conforme Hernández , Fernández, & Baptista (2014) nos mencionan que confiabilidad es el “Grado en que un instrumento produce resultados consistentes y coherentes” (p.200)	La confiabilidad es aquel instrumento que mide lo que se desea medir dentro de la investigación y aplicándolo en varias ocasiones genere el mismo resultado (Hernández, Fernández, & Baptista 2014)	En cuanto a la confiabilidad este instrumento nos permitirá medir varias veces, a la variable problema que se desee medir, ya sea de forma interna o en las fuentes informantes externas.

Prueba de confiabilidad	Alfa Cronbach	Criterio de evaluación: 22 elementos	Piloto 30 tiendas
Valor calculado	0,797		
Referencia:	Hernández , R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). <i>Metodología de la Investigación</i> . Mexico: McGRAW Q-HILL.		

Anexo 11 : Procedimiento

Paso 1	Permiso a la empresa.
Paso 2	Recopilación y elaboración de los instrumentos.
Paso 3	Como se ha conseguido perfeccionar el instrumento de validez y confiabilidad.

Anexo 12 : Análisis de datos

Cuantitativo: Diagrama de Pareto				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Freddy Villar C.	2009	Según Villar (2009) nos menciona que "El análisis de Pareto es un método gráfico para definir las causas más importantes de una determinada situación y; por consiguiente las prioridades de intervención, también se le conoce como tablas o diagramas de Pareto" (p.3)	El autor explica que el diagrama de Pareto es un método gráfico que permite tener varias respuestas a la solución del problema, en una podemos identificar o enfocarse en las causas que originan el problema, y por otro lado poder aplicarlo en las tareas más importantes (Villar, 2009)	Mediante el método podemos identificar y organizar las prioridades dentro de la empresa CZ Group S.A.C., nos facilitaría encontrar las deficiencias en la calidad de la prestación de los servicios.
Referencia:	Villar, F. (2009). <i>Solución de Herramientas Aplicables, Analisis de Pareto</i> . Perú: Universidad Alas Peruanas.			

Cualitativo: Atlas.ti				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Eliana Esther Gallardo Echenique	2014	Conforme Gallardo (2014) nos manifiesta que "ATLAS.ti es un programa de análisis cualitativo asistido por computadora (QDA) que permite al investigador: (a) asociar códigos o etiquetas con fragmentos de texto, sonidos, imágenes, dibujos, videos y otros formatos digitales que no pueden ser analizados significativamente con enfoques formales y estadísticos; (b) buscar códigos de patrones; y (c) clasificarlos".	Define al Atlas.ti como una mesa de trabajo donde permite realizar el análisis cuantitativo del problema planteado. Entre otras opciones facilita la reestructuración significativa de la información. (Gallardo, 2014).	La herramienta servirá de apoyo para administrar nuestra información textual que se trabaje mediante la investigación, también nos permite comparar y al mismo tiempo explorar nueva o significativa información de la empresa CZ Group S.A.C.
Referencia:	Gallardo, E. (Junio de 12 de 2014). <i>ATLAS.ti</i> . Obtenido de https://atlasti.com/2014/06/12/utilizacion-del-programa-de-analisis-			

Mixto: triangulación				
Autor/es	Año	Cita	Parfraseo	Aplicación en su tesis
Roberto Hernández-Sampieri, Carlos Fernández Collado & Pilar Baptista Lucio	2014	Según Hernández, Fernández, & Baptista (2014) nos mencionan que la "Triangulación de datos es la utilización de diferentes fuentes y métodos de recolección" (P.417)	Estos autores nos detallan que la triangulación consiste en seleccionar la información de distintos puntos ya sea cualitativa o cuantitativa con el objeto de permitir llegar a la solución final del problema (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).	En nuestra investigación la triangulación será mediante los dos métodos de recolección de datos cuantitativo y cualitativo.
Referencia:	Hernández , R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). <i>Metodología de la Investigación</i> . Mexico: McGRAW Q-HILL.			

Anexo 13 : Evidencia de la propuesta



Universidad
Norbert Wiener

Facultad de Ingeniería y Negocios


Ficha de validez del cuestionario para medir

Nro	Items	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones Si el ítem no cumple con los criterios indicar las observaciones			
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuado en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.								
		1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje				
Sub categoría 1: Fiabilidad																									
Indicador 1.2: Honestidad y respeto																									
1	El personal técnico se anuncia correctamente antes y después de culminada la labor.	El ítem no es suficiente para medir la sub categoría o indicador. No existe relación entre el ítem, sub categoría e indicador. Es necesario incrementar los ítems. Es suficiente al número de ítems, son congruentes con las	La redacción del ítem no es clara/redundante. El ítem requiere modificaciones en base al marco conceptual. Es necesaria la modificación del ítem. El ítem es claro, tiene semántica y es adecuado	No existe coherencia entre la categoría, sub categoría, indicador e Existe escasa relación entre la categoría, sub categoría, indicador e Existe regular relación entre la categoría, sub categoría, indicador e Existe relación alta y exigida entre la categoría, sub categoría.	La eliminación del ítem no afecta al indicador, sub categoría y El ítem no mide de manera relevante el indicador, sub categoría y El ítem requiere aún modificaciones para ser relevante. El ítem es relevante y debe ser incluido en el instrumento.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
2	¿El personal técnico realiza bien su trabajo según los requerimientos solicitados?					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	¿Cuándo la tienda tiene un problema o emergencia respecto a su infraestructura, la empresa CZ Group S.A.C. muestra prontitud e interés en solucionarlo?					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	El personal técnico demuestra profesionalismo e integridad.					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	El personal técnico finaliza sus labores en el tiempo prometido.					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Sub categoría 2: Capacidad de respuesta																									
Indicador 3.4: Tiempo y atención																									
6	El personal técnico demuestra estar capacitado para atender los requerimientos por parte de su tienda.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
7	¿La atención en el servicio es rápida?	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				

8.	La empresa nunca se muestra ocupada para atender los requerimientos o emergencias solicitados.	4	4	4	4
9.	El personal técnico siempre está dispuesto a apoyarlo en cualquier requerimiento y/o adicional.	4	4	4	4
Sub categoría 3: Seguridad					
Indicador 5, 6: Responsabilidad e integridad					
10	Siente seguridad al dejar como responsables de la tienda en el horario nocturno al personal técnico.	4	4	4	4
11	¿El personal de la empresa CZ Group S.A.C. transmite confianza?	4	4	4	4
12	El personal técnico demuestra amabilidad durante la ejecución de sus labores.	4	4	4	4
13	El personal técnico demuestra seriedad y responsabilidad en la ejecución de sus labores.	4	4	4	4
14	El personal técnico concluye sus labores en óptimas condiciones de uso.	4	4	4	4
Sub categoría 4 : Empatía					
Indicador 7,8: Amabilidad y atención personalizada					
1.	La empresa brinda un servicio eficiente y personalizado.	4	4	4	4
2.	La empresa está disponible para ejecutar las labores en los horarios programados por la tienda.	4	4	4	4
3.	El personal técnico se muestra interesado en las inquietudes o consultas del gerente de tienda.	4	4	4	4
4.	El personal técnico demuestra interés por el cuidado de la tienda.	4	4	4	4
Sub categoría 3: Elementos tangibles					
Indicador 9,10: Herramientas y equipos e Imagen					

1.	La empresa cuenta con herramientas y equipos que permitan la eficiencia en las labores.	4	4	4	4
2.	El personal técnico cuenta con los lineamientos de seguridad y equipos necesarios para la protección en la ejecución de sus labores.	4	4	4	4
3.	El personal técnico se encuentra vestido correctamente y tiene apariencia adecuada.	4	4	4	4
4.	El personal técnico está debidamente identificado (DNI, SCTR, uniforme y correo)	4	4	4	4

Validado por:

Apellidos	Cabrando Pandoza Ino Hilarios	
Nombres		
Profesión	Lic. Administración	
Máximo grado obtenido	Doctorado en Administración	
Especialidad	Administración y Finanzas	
Años de experiencia	16	
Cargo que desempeña actualmente	Docente	DNI: 40860914
		Sello y firma: 
Fecha	03.04.19	




Universidad
Norbert Wiener

Facultad de Ingeniería y Negocios

Ficha de validez del cuestionario para medir

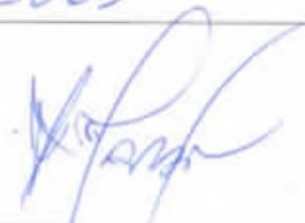
Nro	Items	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones Si el ítem no cumple con los criterios indicar las observaciones
		Importancia y congruencia del ítem.					Ítem adecuado en forma y fondo.					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem.					
		1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	
Sub categoría 1: Fiabilidad																						
Indicador 1,2: Honestidad y respeto																						
1.	El personal técnico se anuncia correctamente antes y después de culminada la labor.	El ítem no es suficiente para medir la sub categoría o indicador.																				
2.	¿El personal técnico realiza bien su trabajo según los requerimientos solicitados?	No existe relación entre el ítem, sub categoría e indicador																				
3.	¿Cuándo la tienda tiene un problema o emergencia respecto a su infraestructura, la empresa CZ Group S.A.C. muestra prontitud e interés en solucionarlo?	Es necesario incrementar los ítems.																				
4.	El personal técnico demuestra profesionalismo e integridad.	Es suficiente el número de ítems, son congruentes con las																				
5.	El personal técnico finaliza sus labores en el tiempo prometido.	La redacción del ítem no es clara/vedudante.																				
Sub categoría 2: Capacidad de respuesta																						
Indicador 3,4: Tiempo y atención																						
6.	El personal técnico demuestra estar capacitado para atender los requerimientos por parte de su tienda.	El ítem requiere modificaciones en base al marco conceptual																				
7.	¿La atención en el servicio es rápida?	Es necesaria la modificación del ítem.																				
No existe coherencia entre la categoría, sub categoría, indicador e Existe escasa relación entre la categoría, sub categoría, indicador e Existe regular relación entre la categoría, sub categoría, indicador e Existe relación alta y exigida entre la categoría, sub categoría																						
La eliminación del ítem no afecta al indicador, sub categoría y El ítem no mide de manera relevante el indicador, sub categoría y El ítem requiere aún modificaciones para ser relevante El ítem es relevante y debe ser incluido en el instrumento.																						

8	La empresa nunca se muestra ocupada para atender los requerimientos o emergencias solicitados.	4	4	4	4
9	El personal técnico siempre está dispuesto a apoyarlo en cualquier requerimiento y/o adicional.	4	4	4	4
Sub categoría 3: Seguridad					
Indicador 5, 6: Responsabilidad e integridad					
10	Siente seguridad al dejar como responsables de la tienda en el horario nocturno al personal técnico.	4	4	4	4
11	¿El personal de la empresa CZ Group S.A.C. transmite confianza?	4	4	4	4
12	El personal técnico demuestra amabilidad durante la ejecución de sus labores.	4	4	4	4
13	El personal técnico demuestra seriedad y responsabilidad en la ejecución de sus labores.	4	4	4	4
14	El personal técnico concluye sus labores en óptimas condiciones de uso.	4	4	4	4
Sub categoría 4 : Empatía					
Indicador 7,8: Amabilidad y atención personalizada					
1	La empresa brinda un servicio eficiente y personalizado.	4	4	4	4
2	La empresa está disponible para ejecutar las labores en los horarios programados por la tienda.	4	4	4	4
3	El personal técnico se muestra interesado en las inquietudes o consultas del gerente de tienda.	4	4	4	4
4	El personal técnico demuestra interés por el cuidado de la tienda.	4	4	4	4
Sub categoría 3: Elementos tangibles					
Indicador 9,10: Herramientas y equipos e Imagen					



1	La empresa cuenta con herramientas y equipos que permitan la eficiencia en las labores.	4	4	4	4
2	El personal técnico cuenta con los lineamientos de seguridad y equipos necesarios para la protección en la ejecución de sus labores.	4	4	4	4
3	El personal técnico se encuentra vestido correctamente y tiene apariencia adecuada.	4	4	4	4
4	El personal técnico está debidamente identificado (DNI, SCTR, uniforme y correo)	4	4	4	4

Validado por:

Apellidos	PRADO LÓPEZ HUGO RICARDO	
Nombres		
Profesión	Asegurado	
Máximo grado obtenido	Sector 00	
Especialidad	Administración	
Años de experiencia	20	
Cargo que desempeña actualmente	Docente	DNI: 43313069
		Sello y firma: 
Fecha	03.04.19	



Universidad
Norbert Wiener

Facultad de Ingeniería y Negocios


Ficha de validez del cuestionario para medir

Nro	Items	Suficiencia					Claridad					Coherencia					Relevancia					Observaciones Si el ítem no cumple con los criterios indicar las observaciones			
		Importancia y congruencia del ítem					Ítem adecuado en forma y fondo					Relación del ítem con el indicador, sub categoría y categoría					Importancia y solidez del ítem								
Sub categoría 1: Fiabilidad		1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje	1	2	3	4	Pje				
Indicador 1.2: Honestidad y respeto																									
1	El personal técnico se anuncia correctamente antes y después de culminada la labor.	El ítem no es suficiente para medir la sub categoría o indicador. No existe relación entre el ítem, sub categoría e indicador. Es necesario incrementar los ítems. Es suficiente el número de ítems, son congruentes con las sub categorías.	La redacción del ítem no es clara/redundante. El ítem requiere modificaciones en base al marco conceptual. Es necesaria la modificación del ítem. El ítem es claro, tiene semántica y es adecuado.	No existe coherencia entre la categoría, sub categoría, indicador e ítem. Existe escasa relación entre la categoría, sub categoría, indicador e ítem. Existe regular relación entre la categoría, sub categoría, indicador e ítem. Existe relación alta y exigida entre la categoría, sub categoría, indicador e ítem.	La eliminación del ítem no afecta al indicador, sub categoría y categoría. El ítem no mide de manera relevante el indicador, sub categoría y categoría. El ítem requiere aún modificaciones para ser relevante. El ítem es relevante y debe ser incluido en el instrumento.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
2	¿El personal técnico realiza bien su trabajo según los requerimientos solicitados?					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	¿Cuándo la tienda tiene un problema o emergencia respecto a su infraestructura, la empresa CZ Group S.A.C, muestra prontitud e interés en solucionarlo?					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	El personal técnico demuestra profesionalismo e integridad.					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	El personal técnico finaliza sus labores en el tiempo prometido.					4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Sub categoría 2: Capacidad de respuesta																									
Indicador 3.4: Tiempo y atención																									
6	El personal técnico demuestra estar capacitado para atender los requerimientos por parte de su tienda.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
7	¿La atención en el servicio es rápida?	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				

8.	La empresa nunca se muestra ocupada para atender los requerimientos o emergencias solicitados.	4	4	4	4
9.	El personal técnico siempre está dispuesto a apoyarlo en cualquier requerimiento y/o adicional.	4	4	4	4
Sub categoría 3: Seguridad					
Indicador 5. 6: Responsabilidad e integridad					
10.	Siente seguridad al dejar como responsables de la tienda en el horario nocturno al personal técnico.	4	4	4	4
11.	¿El personal de la empresa CZ Group S.A.C. transmite confianza?	4	4	4	4
12.	El personal técnico demuestra amabilidad durante la ejecución de sus labores.	4	4	4	4
13.	El personal técnico demuestra seriedad y responsabilidad en la ejecución de sus labores.	4	4	4	4
14.	El personal técnico concluye sus labores en óptimas condiciones de uso.	4	4	4	4
Sub categoría 4 : Empatía					
Indicador 7.8. Amabilidad y atención personalizada					
1.	La empresa brinda un servicio eficiente y personalizado.	4	4	4	4
2.	La empresa está disponible para ejecutar las labores en los horarios programados por la tienda.	4	4	4	4
3.	El personal técnico se muestra interesado en las inquietudes o consultas del gerente de tienda.	4	4	4	4
4.	El personal técnico demuestra interés por el cuidado de la tienda.	4	4	4	4
Sub categoría 3: Elementos tangibles					
Indicador 9.10: Herramientas y equipos e imagen					

1.	La empresa cuenta con herramientas y equipos que permitan la eficiencia en las labores.	4	4	4	4
2.	El personal técnico cuenta con los lineamientos de seguridad y equipos necesarios para la protección en la ejecución de sus labores.	4	4	4	4
3.	El personal técnico se encuentra vestido correctamente y tiene apariencia adecuada.	4	4	4	4
4.	El personal técnico está debidamente identificado (DNI, SCTR, uniforme y correo)	4	4	4	4

Validado por:

Apellidos	RUBIO URRELO	
Nombres	DANIEL	
Profesión	ECONOMISTA	
Máximo grado obtenido	MAESTRIA en FINANZAS	
Especialidad	FINANZAS	
Años de experiencia	20 AÑOS	
Cargo que desempeña actualmente	DOCENTE	DNI: 07572602
		Sello y firma: 
Fecha	3/4/20	

Anexo 14 : Instrumento cuantitativo

CUESTIONARIO DE PERCEPCIÓN PARA LA MEJORA EN LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE MANTENIMIENTO Y ACABADOS DE LA EMPRESA CZ GROUP S.A.C., LIMA 2019.

INSTRUCCIÓN: Estimado gerente de tienda su opinión es importante, con el objetivo de mejorar día a día nuestro servicio de mantenimiento y acabados, deseamos evaluar el grado de percepción en la atención a sus requerimientos en su local. Dicha información es completamente anónima, por lo que le solicito responda todas las preguntas con sinceridad, y de acuerdo a sus propias experiencias.

Sexo: Masculino () Femenino ()

Tienda:

INDICACIONES: A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá Ud. responder, marcando una (x) la respuesta que considera correcta.

1	2	3	4
Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

ITEMS	ASPECTOS CONSIDERADOS	VALORACIÓN			
		FIABILIDAD			
1	El personal técnico se anuncia correctamente antes y después de culminada la labor.	1	2	3	4
2	¿El personal técnico realiza bien su trabajo según los requerimientos solicitados?	1	2	3	4
3	¿Cuándo la tienda tiene un problema o emergencia respecto a su infraestructura, la empresa CZ Group S.A.C. muestra prontitud e interés en solucionarlo?	1	2	3	4
4	El personal técnico demuestra profesionalismo e integridad.	1	2	3	4
5	El personal técnico finaliza sus labores en el tiempo prometido.	1	2	3	4
CAPACIDAD DE RESPUESTA					
6	El personal técnico demuestra estar capacitado para atender los requerimientos por parte de su tienda.	1	2	3	4
7	¿La atención en el servicio es rápida?	1	2	3	4
8	La empresa nunca se muestra ocupada para atender los requerimientos o emergencias solicitados.	1	2	3	4
9	El personal técnico siempre está dispuesto a apoyarlo en cualquier requerimiento y/o adicional.	1	2	3	4

SEGURIDAD					
10	Siente seguridad al dejar como responsables de la tienda en el horario nocturno al personal técnico.	1	2	3	4
11	¿El personal de la empresa CZ Group S.A.C. transmite confianza?	1	2	3	4
12	El personal técnico demuestra amabilidad durante la ejecución de sus labores.	1	2	3	4
13	El personal técnico demuestra seriedad y responsabilidad en la ejecución de sus labores.	1	2	3	4
14	El personal técnico concluye sus labores en óptimas condiciones de uso.	1	2	3	4
EMPATÍA					
15	La empresa brinda un servicio eficiente y personalizado.	1	2	3	4
16	La empresa está disponible para ejecutar las labores en los horarios programados por la tienda.	1	2	3	4
17	El personal técnico se muestra interesado en las inquietudes o consultas del gerente de tienda.	1	2	3	4
18	El personal técnico demuestra interés por el cuidado de la tienda.	1	2	3	4
ELEMENTOS TANGIBLES					
19	La empresa cuenta con herramientas y equipos que permitan la eficiencia en las labores.	1	2	3	4
20	El personal técnico cuenta con los lineamientos de seguridad y equipos necesarios para la protección en la ejecución de sus labores.	1	2	3	4
21	El personal técnico se encuentra vestido correctamente y tiene apariencia adecuada.	1	2	3	4
22	El personal técnico está debidamente identificado (DNI, SCTR, uniforme y correo)	1	2	3	4

Muchas gracias

Anexo 15 : Instrumento cualitativo



Ficha de entrevista

Datos básicos:

Cargo o puesto en que se desempeña	
Nombres y apellidos	
Código de la entrevista	Entrevistado1 (Entv.1)
Fecha	
Lugar de la entrevista	

Nro.	Preguntas de la entrevista
1	¿En su opinión usted confía (honestidad y respecto) en la empresa CZ Group S.A.C, año 2019? ¿Por qué? ¿Qué opina?
2	¿En su opinión cual es la capacidad de respuesta (tiempo y atención) en la empresa CZ Group SAC, año 2019? ¿Por qué? ¿Qué opina?
3	¿En su opinión la empresa CZ Group SAC le brinda seguridad (responsabilidad e integridad)? ¿Por qué? ¿Qué opina?
4	¿En su opinión los colaboradores de la empresa practican la empatía (amabilidad y atención personalizada)? ¿Por qué? ¿Qué opina?
5	¿En su opinión como esta los elementos tangibles (herramientas, equipos e imagen) de la empresa CZ Group SAC? ¿Por qué? ¿Qué opina?

Observaciones

.....
.....
.....

Anexo 16 : Base de Datos

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
1	4	4	3	4	1	1	1	1	1	3	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	2	1
2	4	1	1	1	3	3	1	2	1	1	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4
3	2	4	4	3	4	3	2	4	4	3	2	2	2	4	2	4	2	3	4	3	2	2
4	2	4	1	1	4	1	1	1	1	4	4	4	4	4	3	3	3	1	1	4	4	3
5	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2	4	3	4	3	4
6	4	4	4	4	4	4	1	1	4	2	2	4	3	3	2	3	4	4	4	2	4	4
7	4	1	1	1	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	2
8	3	2	4	4	3	3	2	3	2	4	3	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	3
9	4	4	4	4	4	3	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
10	4	1	1	4	1	2	3	1	2	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	4	2
12	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3
13	3	4	4	2	3	1	1	1	4	2	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4
14	4	4	1	3	2	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4
15	1	4	4	3	1	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	3	4	4
16	4	4	3	4	4	4	2	2	4	2	1	2	4	4	3	1	2	4	1	4	3	4
17	4	4	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4
18	2	1	4	4	2	3	3	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	3	4	3	3	3	2	4	3	4	2	2	3	1	3	4	3	3	4	3	4	4
20	4	3	4	3	1	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
21	4	3	2	2	4	4	1	3	2	3	3	4	2	2	2	4	4	4	3	4	4	3
22	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4
23	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4
24	4	3	2	2	3	3	4	1	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
25	3	4	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	2	4
26	4	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
27	1	3	2	3	4	3	1	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
28	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
29	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	3
30	1	4	4	3	4	4	1	3	4	1	4	1	1	4	3	4	4	4	4	4	1	4

Anexo 17 : Transcripción de las entrevistas



Entrevistado1 (Entv.1)

Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
1	¿En su opinión usted confía (honestidad y respeto) en la empresa CZ Group S.A.C, año 2019? ¿Por qué? ¿Qué opina?	Desde el tiempo que llevamos trabajando con la empresa no hemos tenido problemas: como extravíos de alimentos o accesorios de las tiendas, como ha sucedido con otras empresas que nos prestaban sus servicios, por esta razón confío en la empresa CZ Group, porque son responsables y honestos en cada requerimiento de trabajo realizado. Asimismo, los grupos de trabajo nos alertan o informan de otras posibles incidencias o problemas existentes dentro de la tienda, con esta comunicación podemos prevenir daños mayores.
2	¿En su opinión cual es la capacidad de respuesta (tiempo y atención) en la empresa CZ Group SAC, año 2019? ¿Por qué? ¿Qué opina?	La atención en trabajos menores es inmediata y no se tiene retrasos o problemas en los tiempos de entrega, en cambio, en trabajos mayores (complejos) no hay una atención rápida, porque no cuentan con el personal completo, es decir carecen de mano de obra, esto ha generado que la culminación de cada trabajo sea en fechas tardías, ocasionando retrasos en otras atenciones, se recomienda tener un cronograma sincero de trabajo comunicando las fechas de ingresos o de ejecución según prioridad, de cada requerimiento, además de eso implementar más mano de obra que faciliten la rápida solución a nuestros requerimientos.
3	¿En su opinión la empresa CZ Group SAC le brinda seguridad (responsabilidad e integridad)? ¿Por qué? ¿Qué opina?	La empresa tiene un supervisor y un coordinador que conocen varios temas dentro del servicio que prestan, además, la responsabilidad ha primado en las atenciones, en algunas ocasiones ha surgido descoordinación en los ingresos, pero estos han sido comunicados de inmediato, para nosotros como supervisores darle solución a este problema. Podrían tener oportunidades implementando personal especializado en electricidad y gasfitería para no recurrir a otros proveedores en trabajos dependientes (cielo raso y albañilería) sería como un objetivo que se plantea la empresa para crecer en rubro.
4	¿En su opinión los colaboradores de la	El personal de la empresa demuestra amabilidad cuando se registran con los

	<p>empresa practican la empatía (¿amabilidad y atención personalizada? ¿Por qué? ¿Qué opina?</p>	<p>gerentes, en algunas ocasiones ha surgido descoordinaciones en las labores a realizar porque en el cambio de turno de los gerentes de tienda desconocen el reporte del turno anterior, pero han sido comunicados para que nosotros como jefes tratemos de solucionarlo, sobre la atención personalizada se ha dado en muchos requerimientos, existen algunos inconvenientes en la comunicación de operario a supervisor, cuando hay problemas, son comunicados pero no en el acto, es recomendable capacitar o guiar a los equipos de trabajo de campo, para tener una comunicación fluida con el personal de cada área y así evitaríamos algunas extensiones de trabajo.</p>
5	<p>¿En su opinión como esta los elementos tangibles (herramientas, equipos e imagen) de la empresa CZ Group SAC? ¿Por qué? ¿Qué opina?</p>	<p>Cuentan con las herramientas necesarias para labores menores, pero, sería importante contar con equipos para trabajos de gran magnitud, como: andamios normados, grúa telescópica, compresoras sin generación de ruido, para así obtener un fácil acceso a centros comerciales o tiendas que están ubicadas dentro del predio de un grifo, ya que estas empresa son muy exigentes con los implementos de seguridad y herramientas.</p>



Entrevistado2 (Entv.2)

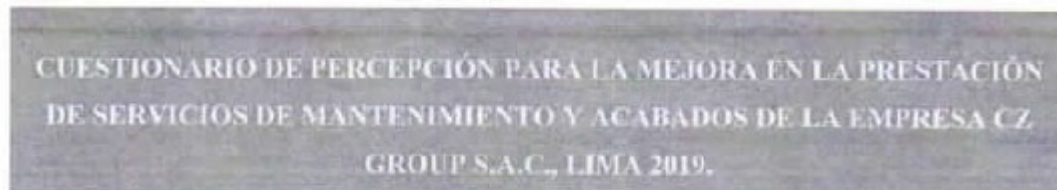
Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
1	¿En su opinión usted confía (honestidad y respeto) en la empresa CZ Group S.A.C, año 2019? ¿Por qué? ¿Qué opina?	Confiamos en la empresa CZ Group S.A.C. porque trabajan con los materiales que se les indica, hasta la fecha no hemos tenido problemas de mentiras o engaños en los materiales, ya que esto es parte de los buenos acabados y la garantía de cada trabajo que ejecutan, de esta manera no ha surgido inconvenientes o reclamos con los usuarios o clientes que son las tiendas, se recomienda tener comunicación más fluida con la tienda porque a veces surgen malos entendidos de las tareas a realizar.
2	¿En su opinión cual es la capacidad de respuesta (tiempo y atención) en la empresa CZ Group SAC, año 2019? ¿Por qué? ¿Qué opina?	Las atenciones respecto a trabajos de emergencias es efectiva, pero, en cuanto a trabajos de mayor magnitud, como: Enchape de pisos en cocina o cambio de cielo raso, los plazos de entrega han ido más allá de lo previsto, debido a varios factores, poco personal o mano de obra y falta de elaboración de un cronograma con la fechas reales de ingresos a cada tienda, recomienda implementación de personal ya que las marcas cada año van aperturando más tiendas comerciales y se necesita disponibilidad y operatividad al 100%.
3	¿En su opinión la empresa CZ Group SAC le brinda seguridad (responsabilidad e integridad)? ¿Por qué? ¿Qué opina?	Han demostrado responsabilidad en cada labor que ejecutan, pero es importante que haya una buena comunicación entre operarios o compañeros, y se recomienda tener capacitaciones en todos los centros comerciales para agilizar el proceso en los ingresos, y podamos cumplir con los objetivos mensuales.
4	¿En su opinión los colaboradores de la empresa practican la empatía (amabilidad y atención personalizada)? ¿Por qué? ¿Qué opina?	Por las experiencias de trabajo hasta la fecha no hemos tenido quejas por algún colaborador de la empresa CZ Group SAC, las veces que nos hemos cruzado con el personal demuestran mucha amabilidad y respeto en sus atenciones. Y en cuanto a los coordinadores hay mucha seriedad en las labores que realizan, surgen algunos problemas en el tema de la supervisión porque a veces los percances o incidencias son informados a destiempo.
5	¿En su opinión como esta los elementos tangibles (herramientas, equipos e imagen) de la empresa CZ Group SAC? ¿Por qué? ¿Qué opina?	Respecto a las herramientas de uso diario no ha surgido inconvenientes, cuentan con los equipos básicos para la ejecución de sus labores, pero es importante que cuenten con andamios normados o certificados y capacitaciones en todos los centros comerciales, con el fin de poder atender todas las demandas de las tiendas que se ubican dentro de estos.



Entrevistado3 (Entv.3)

Nro.	Preguntas de la entrevista	Respuestas
1	¿En su opinión usted confía (honestidad y respeto) en la empresa CZ Group S.A.C, año 2019? ¿Por qué? ¿Qué opina?	El tiempo que llevamos trabajando con la empresa no hemos tenido inconvenientes o quejas de las tiendas donde prestan sus servicios, demuestran honestidad al momento (horario nocturno) que se quedan solos o a cargo de la tienda y los precios en sus presupuestos son sincerados.
2	¿En su opinión cual es la capacidad de respuesta (tiempo y atención) en la empresa CZ Group SAC, año 2019? ¿Por qué? ¿Qué opina?	En los trabajos de cerrajería las atenciones han sido inmediatas, pero, en trabajos mayores como pintura o enchapes surgen demoras en los tiempos de entrega, también hacemos hincapié al momento de cerrar las ordenes de trabajo, los archivos de carga en ocasiones llegan después del reporte semanal, es un tema que debería surgir una mejora por parte del área administrativa ya que afecta nuestro cumplimiento, es recomendable implementar grupos especializados en cada labor, para que las atenciones sean más efectivas.
3	¿En su opinión la empresa CZ Group SAC le brinda seguridad (responsabilidad e integridad)? ¿Por qué? ¿Qué opina?	La empresa cumple con mantener al personal con todos los EPP y usando los materiales indicados o establecidos para cada tienda o marca, nos brinda seguridad y confianza, en ese aspecto no tenemos problemas siempre trabajan según nuestras reglas, se recomienda arriesgar en trabajos mayores como asfaltos o impermeabilizaciones para poder crecer en el mercado.
4	¿En su opinión los colaboradores de la empresa practican la empatía (¿amabilidad y atención personalizada)? ¿Por qué? ¿Qué opina?	El personal técnico demuestra empatía con las tiendas y conmigo, pero he notado que en algunas ocasiones no hay fluidez en el objetivo de la comunicación de sus labores (detallar el problema ocasionado).
5	¿En su opinión como esta los elementos tangibles (herramientas, equipos e imagen) de la empresa CZ Group SAC? ¿Por qué? ¿Qué opina?	La empresa se encuentra equipada para trabajos menores, pero, en trabajos mayores como limpieza de fachadas requieren de andamios estructurales o grúas telescópicas para la seguridad laboral y el trabajo sea más eficiente, se recomienda invertir en mano de obra e implementación de equipos como los ya

Anexo 18 : Fichas de validación de los instrumentos cuantitativos



INSTRUCCIÓN: Estimado gerente de tienda su opinión es importante, con el objetivo de mejorar día a día nuestro servicio de mantenimiento y acabados, deseamos evaluar el grado de percepción en la atención a sus requerimientos en su local. Dicha información es completamente anónima, por lo que le solicito responda todas las preguntas con sinceridad, y de acuerdo a sus propias experiencias.

Sexo: Masculino () Femenino ()

Tienda:.....



INDICACIONES: A continuación, se le presenta una serie de preguntas las cuales deberá Ud. responder, marcando una (x) la respuesta que considera correcta.

1	2	3	4
Nunca	A veces	Casi siempre	Siempre

ITEMS	ASPECTOS CONSIDERADOS	VALORACIÓN			
		FIABILIDAD			
1	El personal técnico se anuncia correctamente antes y después de culminada la labor.	1	2	3	4
2	¿El personal técnico realiza bien su trabajo según los requerimientos solicitados?	1	2	3	4
3	¿Cuándo la tienda tiene un problema o emergencia respecto a su infraestructura, la empresa CZ Group S.A.C. muestra prontitud e interés en solucionarlo?	1	2	3	4
4	El personal técnico demuestra profesionalismo e integridad.	1	2	3	4
5	El personal técnico finaliza sus labores en el tiempo prometido.	1	2	3	4
CAPACIDAD DE RESPUESTA					

6	El personal técnico demuestra estar capacitado para atender los requerimientos por parte de su tienda.	1	2	3	4
7	¿La atención en el servicio es rápida?	1	2	3	4
8	La empresa nunca se muestra ocupada para atender los requerimientos o emergencias solicitados.	1	2	3	4
9	El personal técnico siempre está dispuesto a apoyarlo en cualquier requerimiento y/o adicional.	1	2	3	4
SEGURIDAD					
10	Siente seguridad al dejar como responsables de la tienda en el horario nocturno al personal técnico.	1	2	3	4
11	¿El personal de la empresa CZ Group S.A.C. transmite confianza?	1	2	3	4
12	El personal técnico demuestra amabilidad durante la ejecución de sus labores.	1	2	3	4
13	El personal técnico demuestra seriedad y responsabilidad en la ejecución de sus labores.	1	2	3	4
14	El personal técnico concluye sus labores en óptimas condiciones de uso.	1	2	3	4
EMPATÍA					
15	La empresa brinda un servicio eficiente y personalizado.	1	2	3	4
16	La empresa está disponible para ejecutar las labores en los horarios programados por la tienda.	1	2	3	4
17	El personal técnico se muestra interesado en las inquietudes o consultas del gerente de tienda.	1	2	3	4
18	El personal técnico demuestra interés por el cuidado de la tienda.	1	2	3	4
ELEMENTOS TANGIBLES					
19	La empresa cuenta con herramientas y equipos que permitan la eficiencia en las labores.	1	2	3	4
20	El personal técnico cuenta con los lineamientos de seguridad y equipos necesarios para la protección en la ejecución de sus labores.	1	2	3	4
21	El personal técnico se encuentra vestido correctamente y tiene apariencia adecuada.	1	2	3	4
22	El personal técnico está debidamente identificado (DNI, SC TR, uniforme y correo)	1	2	3	4

Anexo 19 : Fichas de validación de la propuesta

Diagnóstico	Priorización de problemas	Consolidación del problema	Alternativas de Solución	Evaluación de alternativas					Puntaje Total	Categoría solución	Problemas	Objetivos de la propuesta	
				Tiempo	Costo	Impacto económico	Impacto tecnológico	Impacto social					
				0.10	0.40	0.20	0.10	0.20					
<p>Cuantitativo</p> <p>1.-Inadecuada comunicación con los gerentes de tiendas sobre la ejecución de los trabajos.</p> <p>2.-Demora en las atenciones</p> <p>3.- Falta de disponibilidad para atender emergencias.</p> <p>4.- Falta de disponibilidad para trabajar según el horario de las tiendas.</p> <p>5.- Falta de capacitación en la ejecución de las labores.</p> <p>6.- Carencia de equipos y herramientas para trabajos de gran magnitud.</p>	<p>A.- Falta de comunicación sobre los problemas que generan contra tiempos en las labores de campo.</p> <p>B.- Carencia de equipos y herramientas para trabajos de altura y de gran magnitud.</p> <p>C.- Demora en las atenciones de solicitudes emergentes y trabajos de gran magnitud.</p>	<p>A. Mediante la investigación realizada a la empresa CZ Group S.A.C. se pudo detectar tres dilemas primordiales: Como falta de comunicación sobre los problemas que generan contra tiempos en las labores de campo, que imposibilita la rapidez en la culminación de cada trabajo. Asimismo, la carencia de equipos y herramientas para trabajos de altura y de gran magnitud, dificultan el crecimiento y desarrollo en otras actividades. Finalmente, la escasez de mano de obra y la falta de personal técnico especializado en labores de electricidad y gasfitería, es otro factor que no aporta a la empresa a tener ejecuciones rápidas y eficientes, surgen retrasos en las atenciones y generan descontentos con</p>	<p>1 S1 Implementación de un sistema para reducir el tiempo, mejorar la comunicación, seguimiento y control en las atenciones del servicio de mantenimiento y acabados.</p>	3	4	5	5	4	<p>4.200</p>	<p>4.200</p>	<p>S1 Implementación de un sistema para reducir el tiempo, mejorar la comunicación, seguimiento y control en las atenciones del servicio de mantenimiento y acabados.</p>	<p>A.- Falta de comunicación sobre los problemas que generan contra tiempos en las labores de campo.</p> <p>B.- Carencia de equipos y herramientas para trabajos de altura y de gran magnitud.</p> <p>C.- Demora en las atenciones de solicitudes emergentes y trabajos de gran magnitud.</p>	<p>1.- Enriquecer la calidad de los servicios prestados.</p> <p>2.- Mejorar la eficiencia en los trabajos de altura y gran magnitud.</p> <p>3.- Minimizar los tiempos de atención, garantizar al cliente un trabajo de calidad y mostrar disponibilidad para cualquier requerimiento emergente o de gran magnitud</p>
<p>2 S2 Implementar un módulo de seguimiento y comunicación en Web.</p>			3	4	4	1	1	<p>3.000</p>					
<p>3 S3 Plan para formar alianzas estratégicas con proveedores de equipos y herramientas para trabajos en altura.</p>			3	4	5	1	1	<p>3.200</p>					
<p>4 S4 Implementar un plan para agilizar la atención en el servicio.</p>			3	3	3	2	2	<p>2.700</p>					
<p>Cualitativo</p> <p>1.-Falta de comunicación sobre los problemas que generan contra tiempos en las labores de campo.</p> <p>2.- Carencia de equipos y herramientas para trabajos de gran magnitud.</p> <p>3.-Falta de personal técnico especializado en labores de electricidad y gasfitería.</p> <p>4.-Demoras en los trabajos de gran magnitud.</p> <p>5.- Falta de un cronograma de trabajo con las fechas sinceras.</p> <p>6.- Falta de capacitación al personal.</p>													

Problema 1:	Demora en las atenciones de los trabajos preventivos y correctivos	Objetivo:	Reducir el tiempo de atención en los trabajos preventivos de menor esfuerzo	Alternativa de solución:	Implementación de personal tecnico (Rapid Team) para atender trabajos preventivos de menor esfuerzo
--------------------	--	------------------	---	---------------------------------	---

Actividades:

Nro	Actividad	Inicio	Dias	Fin	Logro parcial	Responsable/s	Ingresos	Egresos	Utilidad/Pérdida
1	Zonificar las tiendas entre restaurantes y cafeterías en la ciudad de Lima Metropolitana	2/01/2020	10	12/01/2020	Creación de 4 zonas estratégicas para la anteción de trabajos de emergencia,	Arquitectas / Gestor de Proyecto	0.00	695.00	-695.00
2	Selección de personal técnico para realizar trabajos preventivos de menor esfuerzo	13/01/2020	15	28/01/2020	Selección de 4 técnicos especialistas, quienes serán los encargados de realizar los trabajos preventivos y emergentes en cada zona.	Equipo de RRHH	0.00	10550.00	-10550.00
3	Inducción al personal seleccionado en los trabajos a realizar.	29/01/2020	15	13/02/2020	Personal técnico capacitado en las labores que realizará en la zona de trabajo.	Equipo de RRHH	0.00	2900.00	-2900.00
4	Gestionar e informar el estado de los trabajos realizado	14/02/2020	30	15/03/2020	Se informará a los arquitectos encargados de cada zona los trabajos concluidos que seran realizados en el día.	Equipo informático	0.00	1500.00	-1500.00
							S/ - S/ 15,645.00 -S/ 15,645.00		



Plan de contingencia:

Nro	Actividad	Justificación
1	Zonificar las tiendas entre restaurantes y cafeterías en la ciudad de Lima Metropolitana	Levantar información para ver la criticidad de cada tienda y realizar el análisis de cada una en base a visitas programadas con el gerente de tienda.
2	Selección de personal técnico para realizar trabajos preventivos de menor esfuerzo	Se realizara la publicación en periodicos, carteles mural en ferreteria y portales de trabajo para poder captar la mayor cantidad de candidatos
3	Inducción al personal seleccionado en los trabajos a realizar.	Se realizara la publicación en periodicos, carteles mural en ferreteria y portales de trabajo para poder captar la mayor cantidad de candidatos
4	Gestionar e informar el estado de los trabajos realizado	Se desarrollara un procedimiento y un formato para los informes de entrega de trabajos concluidos.

Indicadores:

Clientes satisfechos		Tiempo de entrega	
Indicador 1:	Indicador 2:	Indicador 1:	Indicador 2:
$Clientes\ satisf. = \frac{Muy\ satisf.}{Total\ de\ encuest.} * 100$	$Tiempo\ de\ entrega = \frac{Reduc.\ de\ quejas}{Total\ de\ atenciones} * 100$		
g (tasa de crecimiento) = 45%	g (tasa de crecimiento) = 45%		

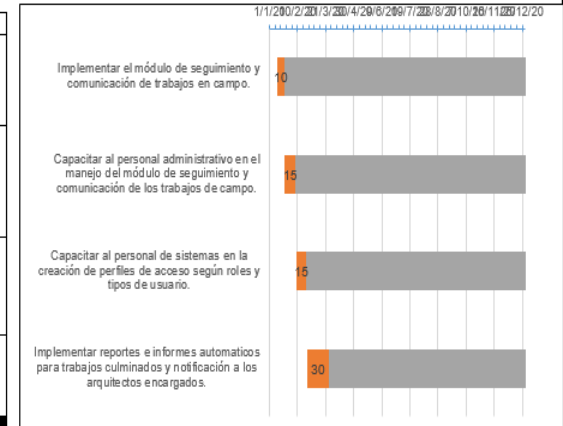
Productos:

Producto 1:
Servicio Rapid Team
Producto 2:
Comercialización de productos

Problema 1:	Falta de comunicación sobre los problemas que generan contra tiempos en las labores de campo.	Objetivo:	Mejorar el seguimiento y comunicación de los trabajos de campo y administrativos	Alternativa de solución:	Implementar un módulo de seguimiento y comunicación mediante el Portal Web de la empresa.
--------------------	---	------------------	--	---------------------------------	---

Actividades:

Nro	Actividad	Inicio	Dias	Fin	Logro parcial	Responsable/s	Ingresos	Egresos	Utilidad/Pérdida
1	Implementar el módulo de seguimiento y comunicación de trabajos en campo.	12/01/2020	10	22/01/2020	Implementación del módulo de seguimiento y control en el portal web de la empresa	Gerencia	0.00	1380.00	-1380.00
2	Capacitar al personal administrativo en el manejo del módulo de seguimiento y comunicación de los trabajos de campo.	23/01/2020	15	7/02/2020	Personal administrativo capacitado	Gerencia / Personal administrativo / clientes	0.00	0.00	0.00
3	Capacitar al personal de sistemas en la creación de perfiles de acceso según roles y tipos de usuario.	8/02/2020	15	23/02/2020	Personal de sistema capacitado en la reacción de usuarios y perfiles.	Gestor de proyecto / Sistemas	0.00	5430.00	-3620.00
4	Implementar reportes e informes automáticos para trabajos culminados y notificación a los arquitectos encargados.	24/02/2020	30	25/03/2020	Personal de sistema en la generación de reportes y informes automáticos	Gestor de proyecto / Sistemas	0.00	5340.00	-5340.00
							S/ - S/	7,305.00 -S/	7,305.00



Plan de contingencia:

Indicadores:

Nro	Actividad	Justificación	Seguimiento de ordenes		Mejora en la comunicación		Eficiencia
			Indicador 1:	Indicador 2:	Indicador 3:	Eficiencia	
1	Implementar el módulo de seguimiento y comunicación de trabajos en campo.	Se entregara el enlace del sistema instalado en el portal web de la empresa, adjunto un manual de instalación y configuración	$Seguim.de Ord. = \frac{Ordenes\ atendidas}{Total\ de\ ordenes} \times 100$	$Mejora\ de\ la\ comun. = \frac{Reducción\ de\ errores}{Cantidad\ de\ trabajos\ asignados} \times 100$	$Eficiencia = \frac{número\ de\ interrupciones}{Total\ de\ trabajos\ asignados} \times 100$		
2	Capacitar al personal administrativo en el manejo del módulo de seguimiento y comunicación de los trabajos de campo.	Se entregará el manual de uso del módulo de seguimiento y comunicaciones al personal administrativo, en la capacitación.					
3	Capacitar al personal de sistemas en la creación de perfiles de acceso según roles y tipos de usuario.	Se entregara los manuales del sistema, manual de usuario y manual de instalación al momento de capacitar al equipo de sistemas	g (tasa de crecimiento) = 35%	g (tasa de crecimiento) = 35%	g (tasa de crecimiento) = 35%		
4	Implementar reportes e informes automáticos para trabajos culminados y notificación a los arquitectos encargados.	Se entregara al final del día, via correo electrónico los informes de trabajos culminados y trabajos pendientes de ejecución					

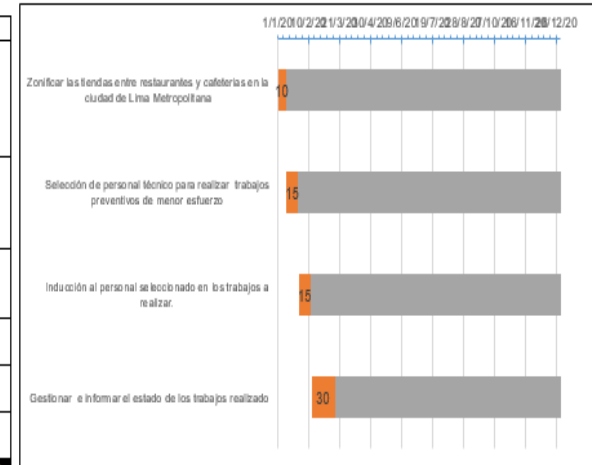
Productos:

Producto 1:	Repositorio de informes, imágenes y videos
Producto 2:	Sistema de alertas de tareas

Problema 1:	Carencia de equipos y herramientas para trabajos de gran magnitud	Objetivo:	Disponer de una cartera de proveedores	Alternativa de solución:	Formar alianzas estratégicas con proveedores de equipos y herramientas para trabajos en altura y de gran magnitud.
--------------------	---	------------------	--	---------------------------------	--

Actividades:

Nro	Actividad	Inicio	Dias	Fin	Logro parcial	Responsable/s	Ingresos	Egresos	Utilidad/Pérdida			
1	Presentación a la Gerencia el plan de trabajo para formar alianzas estratégicas con proveedores que cuenten con herramientas y equipos de altura.	2/01/2020	5	7/01/2020	Aprobación del plan.	Gerencia / Gestor de Proyecto	0.00	165.00	-165.00			
2	Realizar reuniones con los proveedores para presentar el plan de alianzas estratégicas con la empresa CZ Group.	8/01/2020	15	23/01/2020	Seleccionar a los proveedores idóneos.	Gestor de Proyecto / Proveedores	0.00	165.00	-165.00			
3	Reunión para la selección de los proveedores seleccionados para formar parte de la cartera.	24/01/2020	15	8/02/2020	Cartera de proveedores aptos.	Gerencia / Gestor de Proyecto	0.00	0.00	0.00			
4	Elaborar formato de contratos para las alianzas estratégicas.	9/02/2020	10	19/02/2020	Formato de contrato terminados.	Administración / Gestor de Proyecto	0.00	255.00	-255.00			
5	Firma de contratos de Alianzas entre el proveedor y empresa.	20/02/2020	15	6/03/2020	Contratos firmados.	Gerencia y proveedores	0.00	5445.00	-5445.00			
6	Seguimiento y control.	7/03/2020	15	22/03/2020	Cumplimiento con los trabajos de altura y de gran magnitud.	Supervisor de campo	0.00	3630.00	-1815.00			
							SI	-	SI	7,647.00	-SI	7,647.00



Plan de contingencia:

Nro	Actividad	Justificación
1	Presentación a la Gerencia el plan de trabajo	Si la empresa rechazara la propuesta, se realizará un
2	Realizar reuniones con los proveedores	Se comunicará de forma presencial a al menos 5 empresa
3	Reunión para la selección de los proveedores	En caso que ninguno cumpla, se procederá a usar la lista
4	Elaborar formato de contratos para las alianzas	Si en ambas partes se generarían dudas a la firma del contrato
5	Seguimiento y control.	En caso que el proveedor no cumpla con los estándares de

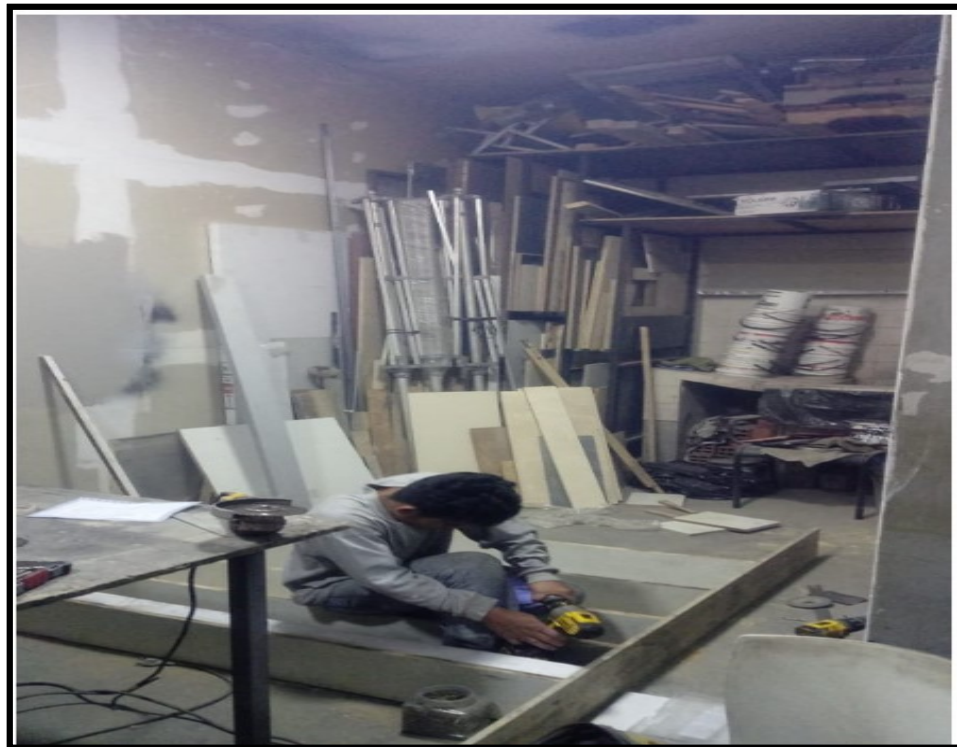
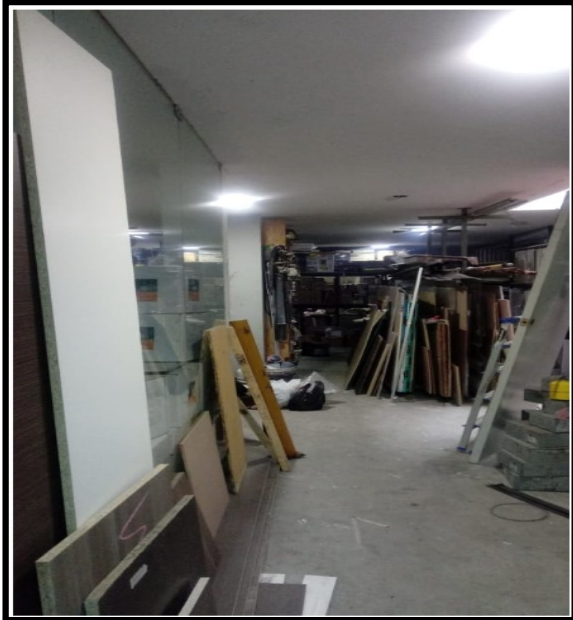
Indicadores:

Indicador 1:	Ventas	Indicador 2:	Desempeño
$Desempeño = \frac{Evaluación\ de\ desempeño}{Demanda} * 11$		$Rendimiento = \frac{Trabajo\ asignado}{Tiempo\ de\ intervención} * 100$	
	20%		20%

Productos:

Producto 1:	Nuevo portafolio de servicios
Producto 2:	Modelo de contratos con los procedimientos de acuerdo al rubro

Anexo 20 : Evidencia de la visita a la empresa





Estrategias para mejorar la calidad del servicio en una empresa de servicios generales.

Strategies to improve the quality of service in a general service company.

Resumen: La calidad de servicio es el grado en que una prestación satisface o sobrepasa las necesidades del cliente o usuario tanto interno como externo. El objetivo de la investigación fue proponer la implementación de estrategias para mejorar la calidad del servicio en una empresa de servicios generales. El estudio se realizó mediante la metodología holística, a través del enfoque mixto, de tipo proyectiva, con un nivel comprensivo, usando el método inductivo y deductivo. La población estuvo constituida por 30 gerentes de diferentes tiendas entre restaurantes y cafeterías de la ciudad de Lima, asimismo se entrevistó a cuatro supervisores de tienda que están a cargo del mantenimiento y acabados de los locatarios del cliente. Los problemas detectados fueron: a) demora en las atenciones de trabajos preventivos y correctivos, dedicándole mayor prioridad a los trabajos menores que no necesitan a más de un colaborador; b) falta de comunicación, el mismo que genera contra tiempos en las tareas de campo y retrasos en la entrega de requerimientos; c) carencia de equipos y herramientas para trabajos de gran magnitud (andamios estructurados y grúas telescópicas) y altura. Por lo tanto, se planteó como una alternativa de solución las siguientes estrategias: a) Implementación de personal técnico llamado “Rapid Team”, servicio de auxilio motorizado que tiene como finalidad atender trabajos preventivos de menor esfuerzo y mayor rapidez; b) Implementación de un módulo de seguimiento y comunicación mediante la página Web de la empresa para acceder a la información de manera rápida y oportuna; c) Formar alianzas estratégicas con proveedores de herramientas y equipos para poder realizar trabajos de mayor riesgo e inversión, donde se refleje mayor rentabilidad económica para la empresa y posteriormente reinvertir en otros proyectos de mayor envergadura, los mismos que se verán reflejados en el plazo de un año con una inversión aproximada de \$ 20000, recuperables en tres años.

Palabras claves: Calidad de servicio, comunicación, alianzas estratégicas, tecnología, herramientas y equipos.

Abstract: Quality of service is the degree to which a service satisfies or exceeds the needs of the client or user, both internally and externally. The objective of the research was to

propose the implementation of strategies to improve the quality of service in a general services company. The study was carried out through the holistic methodology, through the mixed approach, of projective type, with a comprehensive level; using the inductive and deductive method. The population was constituted by 30 managers of different stores among restaurants and cafeterias of the city of Lima; likewise we interviewed four store supervisors who are in charge of the maintenance and finishing of the tenants of the client. The problems detected were: a) delay in the attention of preventive and corrective works, dedicating greater priority to minor works that do not need more than one collaborator; b) lack of communication, the same that generates against times in the field tasks and delays in the delivery of requirements; c) lack of equipment and tools for large-scale works (structured scaffolding and telescopic cranes) and height. Therefore, the following strategies were proposed as a solution alternative: a) Implementation of technical personnel called "Rapid Team", motorized assistance service, whose purpose is to attend preventive work of less effort and greater rapidity; b) Implementation of a monitoring and communication module through the company's website to access information quickly and in a timely manner; c) Form strategic alliances with suppliers of tools and equipment to be able to carry out higher risk and investment works, where greater economic profitability is reflected for the company and later reinvest in other larger projects, which will be reflected in the term of one year with an approximate investment of \$ 20000, recoverable in three years.

Key words: Quality of service, communication, strategic alliances, technology, tools and equipment.

Introducción

El presente artículo es el resultado de un estudio de tesis, mediante estrategias para mejorar la calidad del servicio, en una empresa de servicios generales, especializada en el rubro de mantenimiento y acabados. Dicha empresa brinda soluciones integrales como: pintura, trabajos de albañilería, limpieza corporativa, cerrajería, tabiquería, vidrios y láminas de seguridad. La compañía en la que se desarrolló el estudio de tesis es una empresa peruana, cuenta con 20 colaboradores, sus principales clientes

son restaurantes y cafeterías de Lima metropolitana.

Mediante el trabajo se detectó problemas en la calidad de servicio, para la cual se analizó y se propuso estrategias para mejorar dichas dificultades que imposibilitan la satisfacción total de los clientes. Se determinó como propuesta de solución, implementar el servicio de RAPI TEAM, a través de esta táctica se pretende minimizar el tiempo de atención en trabajos preventivos y emergentes, designando a un personal

técnico motorizado y especializado para atender cierta cantidad de tiendas, desarrollando trabajos

de menor esfuerzo y con el mínimo riesgo. De esta manera se logrará enfocar al 99% del personal restante en las labores correctivas y preventivas de gran magnitud para el logro de la satisfacción total.

Asimismo, se propuso implementar un módulo de seguimiento y control, para la efectiva comunicación entre la empresa y sus clientes. A través de dicha herramienta se pretende emitir, visualizar, analizar informes y documentos pertinentes a diferentes tipos de trabajos de campo y labores administrativas que pretenden informar, prevenir y controlar todos los requerimientos mediante una ventana web.

Por otro lado, se propone conformar alianzas estratégicas con proveedores que posean herramientas y equipos, dichos elementos del cual la empresa carece, tampoco cuenta con suficiente espacio para almacenarlos, ni con el transporte adecuado para el traslado de un punto a otro, lo más apropiado para la empresa es tercerizar el servicio con proveedores que tengan amplia experiencia en manejo de equipos y herramientas en trabajos de altura o gran magnitud, de esta forma la

compañía podrá realizar obras y proyectos de mayor riesgo e inversión, donde se refleje mayor rentabilidad económica para reinvertir en otros proyectos de mayor envergadura.

Las propuestas planteadas se originaron a causa de la demora en las atenciones de servicio, las mismas que generan una baja percepción en la calidad, siendo estas, dificultades en la comunicación interna y externa, falta de herramientas y equipos para proyectos de gran magnitud y para todo ello se propone implementar dichas estrategias de solución que contribuirán a mejorar la calidad del servicio, disminuyendo el tiempo en labores de menor esfuerzo, enfocando la mayor parte de recursos humanos en obras o proyectos mayores, de tal manera se fortalecerán las alianzas estratégicas con los proveedores, que permita abarcar proyectos de mayor inversión y poder obtener mayores beneficios económicos.

Problemas de la investigación

Listado de los problemas que existen en la organización, como principal problema es la calidad en el servicio, se formularon recomendaciones para la mejora en cada uno de ellos.

	Problemas	Recomendaciones de mejora
1.	Deficiencia en la calidad del servicio.	Brindar una atención rápida, responsable y fiable, ausencia de errores, generar una sensación de seguridad con el cliente, guiar al personal para ofrecer un trato cordial y empático.
2.	Se priorizan trabajos de menor esfuerzo.	Definir adecuadamente las funciones del técnico a cargo del servicio Rapi Team para cumplir con los objetivos diarios y lograr un servicio rápido.
3.	Falta de comunicación interna y externa.	Construir equipos de trabajo, creando responsables o encargados de tareas diarias, guiando mediante el control y seguimiento para que estos emitan informes diarios sobre la situación de cada trabajo. Tener una comunicación directa; solucionar conflictos y mantener la armonía entre los colaboradores.
4.	Falta de herramientas y equipos para obras de mayor trascendencia.	Crear alianzas con proveedores que brinden servicio de alquiler y estén dispuestos a realizar trabajos en conjunto.
5.	Falta de tiempo en proyectos de mayor magnitud.	Enfocar el tiempo en trabajos de mayor envergadura, para el logro de experiencias y obtener mayor beneficio económico para la empresa.
6.	Falta de alianzas estratégicas con proveedores.	Crear alianzas con empresas del mismo rubro, que fortalezcan a la compañía, derivando obstáculos existentes y enfocarse en proyectos grandes.
7.	Falta de comunicación entre la empresa y sus clientes.	Crear un módulo virtual mediante la página Web de la empresa, para controlar de manera más efectiva la comunicación e información referente a los trabajos programados, en ejecución o ejecutados de manera oportuna y eficaz, que permita visualizar todo lo necesario a sus requerimientos, además servirá de apoyo administrativo, gerencia, clientes y otro usuarios.

Objetivos de la investigación.

El objetivo principal de la investigación es implementar estrategias para mejorar la calidad de servicio de una empresa que brinda servicios generales, para lo cual se realizó encuestas y entrevistas a los clientes, donde se identificó los problemas principales, y se planteó las alternativas de solución que beneficie ambas partes.

Al inicio del estudio no había herramientas que permitan brindar un servicio rápido y eficiente, lo cual afectaba en la percepción del cliente en cuanto a calidad de servicio. Ante esta necesidad se propone la creación de un servicio ágil llamado “Rapid Team”, así como también crear un módulo de seguimiento y comunicación a través de un portal web, que permite tener una información actualizada de los estados de los trabajos ejecutados, así mismo se pretende formar alianzas estratégicas con proveedores que permita el desarrollo de los trabajos asignados.

Método y materia

La investigación es de metodología holística, se basa en un enfoque mixto, tipo proyectivo y nivel comprensivo con un análisis cualitativo e interpretación cuantitativa del contexto del estudio. La categoría de estudio calidad de servicio y las sub categorías: Fiabilidad, elementos tangibles, capacidad de respuesta, seguridad. Se trabajó con una muestra de 30 gerentes de tiendas, la información se obtuvo a través de encuestas, se realizó entrevistas a 3 supervisores de tienda y para el

procesamiento de datos, resultados estadísticos y triangulación mixta se utilizó los programas de SPSS y ATLAS ti.

Resultados cuantitativos

Según los datos cualitativos se obtiene la siguiente información: con respecto a la atención del cliente y la atención de los requerimientos solicitados, donde un 20.00% de los encuestados manifiestan que la empresa nunca muestra disponibilidad para atender los requerimientos o emergencias solicitadas, mientras que un 13.33% indica que a veces. Con relación a la prontitud y el interés de parte de la empresa en solucionar algún problema o emergencia presentada en cuanto a la infraestructura, un 16.67% respondió que nunca, mientras un 20% indica que casi siempre la empresa está dispuesta a remediar los inconvenientes presentados en alguna tienda en donde brinda sus servicios. Y referente a la rapidez en la atención, un 10.00% contestó que nunca las solicitudes de atención son oportunas o en el tiempo establecido, sin embargo, por otro lado, un 33.33% afirmó con un siempre es rápida.

La subcategoría elementos tangibles se desarrolló en base a las herramientas y equipos que posee la empresa para poder brindar sus servicios, determinándose que el 10.00% de los encuestados consideran que no se tiene los materiales necesarios para ofrecer un eficiente servicio, además un 6.67% consideran que el personal a veces, cuenta con los equipos necesarios y según los

lineamientos establecidos para desarrollar cada actividad para ejecutar sus labores, el 16.67% indica que casi siempre, el personal técnico se encuentra correctamente uniformado, y por último un 66.67% confirma con un siempre, que los trabajadores técnicos se encuentran debidamente identificados, para mayor seguridad portando sus documento de identidad, un SCTR y demás.

Con respecto a la subcategoría fiabilidad; los entrevistados manifiestan que los trabajadores de la empresa son personas que generan confianza, ya que siempre tiene una actitud honesta y confiable, así mismo brindan las soluciones pertinentes para cada problema que se produce. En el análisis de la subcategoría capacidad de respuesta, los entrevistados consideran que la empresa es eficiente en los trabajos menores, y no sucede lo mismo con trabajos mayores, ya que existen demoras en la entrega de trabajos concluidos; esto se debe a la ausencia de cronogramas sinceros, detalle de fechas del estado o avances del proyecto, así como también la existencia de una mala comunicación del personal, en cuanto a los informes de trabajos detallados, que muchas veces no se realizan de forma objetiva.

Para el análisis de la subcategoría seguridad, los entrevistados determinaron que los servicios generales brindados por la empresa cumplen la característica de responsabilidad interna

para facilitar la entrada a las tiendas del personal encargado de ejecutar el proyecto. Pero hacen énfasis en el problema de supervisión, ya que por motivos municipales detienen los trabajos, no consiguiendo terminar en el tiempo pactado el servicio.

Asimismo, en la categoría empatía, manifiestan el contacto trabajador- gerente de tienda es siempre amable y sin complicaciones, el problema interviene en la deficiente comunicación emitida al técnico, dado que confusión el reporte del trabajo a realizar, por ello consideran importante la supervisión continua de la empresa antes, durante y después de cada ejecución de trabajo.

Por otro lado, en la subcategoría elementos tangibles, los entrevistados expresan que es recomendable que la empresa cuente con herramientas y equipos que faciliten el trabajo de mayor dimensión, que contribuyan a ejecutar un servicio o trabajo de manera eficaz y eficientemente.

Por consiguiente, queda demostrado a través del estudio cuantitativo y cualitativo, que es necesario un plan de mejora en la calidad del servicio para poder obtener mejores resultados en los diferentes aspectos de la empresa, que contribuyan a la satisfacción del cliente.

Conclusiones

Los servicios generales han aportado de manera eficiente a la economía peruana, considerando una mano obrera ocupada en el rubro de 6,5 millones, estimando el incremento de la gastronomía y construcción en el país se prepara para ser un mercado muy ambicioso.

Evidenciándose que, debido a los problemas que tiene la empresa y según las proposiciones de solución se considera que la compañía puede obtener un crecimiento en un mediano plazo, a través de esto, podemos mejorar el tiempo en la atención y enfocar al personal en trabajos mucho más grandes y específicos, tener una comunicación clara y precisa a través de un portal Web en un tiempo record, la misma que servirá como apoyo para el almacenamiento de información.

Finalmente se propone tener las alianzas estratégicas con proveedores de elementos tangibles (equipos o herramientas) para lograr negociaciones mucho más fructíferas en beneficio de ambas partes, difundiendo una imagen de una empresa segura, responsable y prospera en el mercado.

Referencias

Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación, Introducción a la Metodología Científica*. Venezuela: Editorial Episteme, C.A.

Asociación Española para la calidad. (2003). *Cómo medir la satisfacción del cliente*. España: Asociación Española para la calidad. Obtenido de <https://www.aec.es/web/guest/centro-conocimiento/satisfaccion-del-cliente>

Blasco, C., & Oltra-Badenes, R. (2015). Mejora del proceso de la gestión del cambio normal en una compañía de servicios de TI. *3c tic*, 74-86. doi:C (Edición núm. 12) Vol.4 – Nº 1

Camara de Comercio de Lima. (Marzo de 12 de 2018). *La Camara de Lima*. Obtenido de https://www.camaralima.org.pe/repositorioaps/0/0/par/edicion_818/edicion_818.pdf

Crosby citado en Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007). *Introducción a la gestión de la calidad*. Madrid-España: Delta Publicaciones.

Deming citado en la revista de ciencias administrativas y sociales. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Ciencias Administrativas y Sociales*, 67.

Garvin, D. (1987). Compitiendo en las ocho dimensiones de la calidad. *Harvard Business Review*. Obtenido de <https://hbr.org/1987/11/competing-on-the-eight-dimensions-of-quality>

Gronroos citado en la revista INNOVAR. (2005). *Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de mediciones*. Colombia: Revista de ciencias

- administrativas y sociales. Universidad Nacional de Colombia.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGRAW-HILL.
- Hurtado, J. (21 de 02 de 2008). *Investigación Holística*. Obtenido de <http://investigacionholistica.blogspot.com/2008/02/la-investigacin-proyectiva.html>
- Ishikawa citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 67.
- Juran citado en la Revista de Ciencias Administrativas y Sociales. (2005). Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición. *Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 67.
- Maslow , A. (1954-1987). *Motivación y Personalidad*. Madrid: Diaz de Santos S.A.
- Mollá, A., Berenguer, G., Gómez, M.A. & Quintanilla, I. (2014) *Comportamiento del consumidor*. Barcelona: Eureka Media SR.
- Pérez, M. (2017). Implementación de herramientas de control de calidad en MYPEs de confecciones y aplicación de mejora continua PHRA. *Revista Inudustrial Data*, 1-6.
- Revilla, F. (2014). *Dimensiones de la calidad en sanidad*. Madrid-España: Diaz de Santos.
- Rodriguez, A. (2018). *Plan de mejora de la calidad de servicio en Starbucks con sede en el C.C. Jockey Plaza, Lima 2018*. Tesis de Licenciatura (Perú): Universidad Privada Norbert Wiener.
- Setó, D. (2004). *De la Calidad del Servicio a la Fidelidad del Cliente*. Madrid: Esic Editorial.
- Villar, F. (2009). *Solución de Herramientas Aplicables, Analisis de Pareto*. Perú: Universidad Alas Peruanas.