

**UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**



**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**GESTIÓN POR PROCESOS Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD
DE SERVICIO DE LA EMPRESA SERVICIOS GENERALES Y
TURISMO MILAGRITOS S.A.C. DEL DISTRITO DE TRUJILLO 2018**

Línea de Investigación:

Marketing

AUTORES

Br. GARCÍA POLO, JHOSELYN DALLANANTUANETTE

Br. LEDESMA GAMARRA, GIORDANO ALFREDO

ASESOR:

Dr. VILCA TANTAPOMA MANUEL EDUARDO

**TRUJILLO – PERÚ
2019**

Fecha de sustentación: 2019/10/03

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

Dando el cumplimiento con las disposiciones del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Privada Antenor Orrego, sometemos a vuestra consideración la tesis titulada: “Gestión por procesos y su influencia en la calidad de servicio de la empresa Servicios Generales y Turismo Milagritos S.A.C del distrito de Trujillo 2018”, luego de haber culminado nuestros pasos por esta casa de estudio, donde nos formamos profesionalmente para estar al servicio de la sociedad.

El presente trabajo realizado con el propósito de obtener el Título de Licenciado en Administración, es producto de una investigación trabajo, esfuerzo y dedicación en base a los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación universitaria en esta prestigiosa casa de estudios.

Por lo expuesto señores miembros del jurado, ponemos a vuestra disposición el presente trabajo de investigación para su respectivo análisis y evaluación, no sin antes agradecer vuestra gentil atención al mismo.

Atentamente,

Br. Jhoselyn Dallanantuanette García Polo

Br. Giordano Alfredo Ledesma Gamarra

DEDICATORIA

A Dios, por permitir el logro de tan ansiada meta. Y a mis padres, Elizabeth y Marco, quiénes con su apoyo incondicional motivaron y permitieron el cumplimiento de esta meta.

Jhoselyn Dallanantuanette García Polo

A Dios y a mis padres, por brindarme su apoyo y fortaleza, a lo largo de mi carrera profesional, en la consecución de tan ansiado objetivo.

Giordano Alfredo Ledesma Gamarra

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por iluminar y guiar mi camino; así como también a mis padres por brindarme su apoyo incondicional; por último, agradezco a nuestro asesor por la orientación y enseñanzas en el desarrollo de nuestra investigación.

Jhoselyn Dallanantuanette García Polo

Quiero agradecer a Dios por darme la fortaleza necesaria para asumir los retos de la vida; a mis padres, por apoyarme constantemente con todas las decisiones que tomo en la vida; finalmente a nuestro asesor por sus sabias enseñanzas, sin las cuales no habría podido culminar el desarrollo de esta investigación.

Giordano Alfredo Ledesma Gamarra

A nuestro asesor el Dr. Manuel Eduardo Vilca Tantapoma que ha sido nuestro apoyo constante y nos ha guiado en la realización de nuestra tesis.

Jhoselyn García y Giordano Ledesma

RESUMEN

Esta investigación tiene por título “Gestión por procesos y su influencia en la calidad de servicio de la empresa Servicios generales y turismo Milagritos S.A.C. del distrito de Trujillo 2018” tiene como objetivo principal el determinar de qué manera la gestión por procesos influye en la calidad de servicio; siendo un enfoque cuantitativo, un estudio no experimental de corte transversal, teniendo una muestra de 54 trabajadores, y la misma cantidad de clientes siendo un muestreo probabilístico, de un diseño correlacional, teniendo como instrumentos 2 cuestionario de 15 y 17 ítems con una validación de Alfa de Cronbach de 96.9% y 98.7% respectivamente, llegando a concluir que, la determinación de la influencia de la gestión de procesos y la calidad de servicio existe una vinculación entre ambos niveles regulares con un 66.7%, teniendo una correlación positiva muy alta con un valor de 0.949, y contrastando la hipótesis con un valor de chi cuadrado de 70.064 con un valor de $p = 0.000$, el cual menciona que la variable de gestión de procesos influye en la calidad de servicio a un nivel de significancia del 5%.

Palabras claves: *Gestión de procesos, calidad de servicio, transporte.*

ABSTRACT

This research is entitled “Process management and its influence on the quality of service of the company Servicios Generales y Turismo Milagritos S.A.C. Trujillo District 2018” has as its main objective to determine how process management influences the quality of service of the customer service area; being a quantitative approach, being a non-experimental cross-sectional study, having a sample of 54 workers, and the same number of customers being a probabilistic sampling, of a correlational design, having as instruments 2 questionnaire of 15 and 17 items with a validation of Cronbach’s Alpha of 96.9% and 98.7% respectively, concluding that, the determination of the influence of process management and service quality there is a link between both regular levels with 66.7%, having a correlation very high positive with a value of 0.949, and contrasting the hypothesis with a chi-square value of 70.064 with a value of $p = 0.000$, which mentions that the process management variable influences the quality of service at a 5% level of significance.

Keywords: Process management, quality of service, transport.

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	ii
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
RESUMEN	v
ABSTRACT	vi
ÍNDICE	vii
LISTA DE TABLAS.....	ix
LISTA DE FIGURAS	xi
CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN.....	2
1.1. Realidad problemática	2
1.2. Formulación del problema	4
1.3. Justificación del estudio.....	5
1.4. Objetivos.....	6
1.4.1. Objetivo general	6
1.4.2. Objetivos específicos	6
CAPÍTULO II. MARCO DE REFERENCIA	8
2.1. Antecedentes del problema	8
2.2. Marco teórico.....	11
2.2.1. Gestión por proceso	11
2.2.2. Calidad de Servicio	21
2.2.3. Atención al cliente	26
2.3. Marco conceptual	28
2.4. Hipótesis.....	29
2.5. Operacionalización de variables.....	30
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA.....	33
3.1. Tipo y nivel de investigación.....	33
3.1.1. Tipo de investigación:.....	33
3.1.2. Nivel de investigación:.....	33
3.2. Material.....	33
3.2.1. Población	33
3.2.2. Marco muestral	34
3.2.3. Unidad de análisis	34

3.2.4. Muestra	34
3.3. Diseño de investigación	35
3.3.1. Diseño de contrastación	35
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	35
3.5. Procesamiento y análisis de datos	36
CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS	40
4.1. Generalidades de la empresa	40
4.2. Análisis e interpretación de resultados de encuesta aplicada al personal de la empresa.	48
4.3. Análisis e interpretación de resultados de encuesta aplicada a los clientes.	55
4.4. Identificación del nivel de la gestión de procesos en el área de atención del cliente de la empresa Servicio Generales y Turismo Milagritos SAC en Trujillo	64
4.5. Identificación de las dimensiones del nivel de la gestión de procesos en el área de atención del cliente de la empresa Servicio Generales y Turismo Milagritos SAC en Trujillo	65
4.6. Identificación del nivel de la calidad de servicio en el área de atención del cliente de la empresa Servicio Generales y Turismo Milagritos SAC en Trujillo.	66
4.7. Identificación de las dimensiones del nivel de la calidad de servicio en el área de atención del cliente de la empresa Servicio Generales y Turismo Milagritos SAC en Trujillo.....	67
4.8. Determinación de la influencia la gestión por procesos en la calidad de servicio del área de atención al cliente de la empresa Servicios generales y turismo milagritos S.A.C del distrito de Trujillo 2018.	68
4.9. Discusión de resultados.....	69
CONCLUSIONES.....	73
RECOMENDACIONES	74
REFERENCIAS.....	75
ANEXOS	79

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Personal por cargos de la empresa “Servicios generales y turismo milagritos SAC.”	33
Tabla 2: Conocimiento de objetivos y políticas de la empresa	48
Tabla 3: Conocimiento del valor de su trabajo	48
Tabla 4: Infraestructura alineada para apoyar los procesos.....	49
Tabla 5: Tecnología adecuada para administración de información de clientes	49
Tabla 6: Información actualizada solicitada por el gerente.....	50
Tabla 7: Utilización de flujogramas en el área de atención al cliente	50
Tabla 8: Acciones necesarias para resultados planificados	51
Tabla 9: Mejora continua de procesos en función a los tiempos	51
Tabla 10: Capacitaciones periódicas de atención al cliente	52
Tabla 11: Personal capacitado para situaciones de reclamos o errores	52
Tabla 12: Participación de los jefes en el área de atención	53
Tabla 13: Adecuado ambiente laboral.....	53
Tabla 14: Reporte de incidencias en tareas programadas	54
Tabla 15: Preocupación por la calidad de atención al cliente.....	54
Tabla 16: Aplicación de seguimiento de satisfacción	55
Tabla 17: Personal con apariencia formal y agradable	55
Tabla 18: Unidades modernas e instalaciones necesarias	56
Tabla 19: Prioridad a los intereses de los clientes	56
Tabla 20: Seguridad y tranquilidad en las transacciones de los clientes.....	57
Tabla 21: Trato servicial y amable de los conductores.....	57
Tabla 22: Trato servicial y amable del personal del Counters	58
Tabla 23: Atención personalizada a los clientes.....	58
Tabla 24: Respeto en los tiempos de salida de los buses.....	59
Tabla 25: Conductores capacitados ante una eventualidad	59
Tabla 26: Soluciones rápidas a los incidentes.....	60
Tabla 27: Precios transporte interprovincial	60
Tabla 28: Precios de turismo.....	61
Tabla 29: Descuentos por campaña o fechas especiales	61
Tabla 30: Calificación del servicio de la empresa.....	62

Tabla 31: La empresa cumple expectativas	62
Tabla 32: Satisfacción del servicio que ofrece el personal de atención al cliente	63
Tabla 33: Recomendación del servicio.....	63
Tabla 34: Nivel de gestión de procesos en el área de atención al cliente.	64
Tabla 35: Nivel de las dimensiones de la gestión de procesos en el área de atención al cliente.....	65
Tabla 36: Nivel de la calidad de servicio en el área de atención al cliente.....	66
Tabla 37: Nivel de las dimensiones de la calidad de servicio en el área de atención al cliente.....	67
Tabla 38: Influencia la gestión por procesos en la calidad de servicio del área de atención al cliente.....	68

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Enfoque Funcional a Enfoque de Procesos Orientada a Resultados	15
Figura 2: Definición de proceso. Pérez (2010)	18
Figura 3: Ciclo PDCA Fuente: Vives (2013)	19
Figura 4: Organigrama de la empresa.....	42
Figura 5: Mapas de procesos de atención al cliente.	47
Figura 6: Nivel de gestión de procesos en el área de atención al cliente.....	64
Figura 7: Nivel de las dimensiones de la gestión de procesos en el área de atención al cliente.....	65
Figura 8: Nivel de la calidad de servicio en el área de atención al cliente.....	66
Figura 9: Nivel de las dimensiones de la calidad de servicio en el área de atención al cliente.....	67
Figura 10: Influencia la gestión por procesos en la calidad de servicio del área de atención al cliente.....	68

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

La calidad en el servicio al cliente es uno de los puntos clave para permanecer entre la preferencia de los consumidores, dicho que esta es la imagen que se proyecta en ellos; siendo a su vez un diferenciador ante la competencia, y es el punto decisivo en el cual dichos clientes se crean una opinión positiva o negativa sobre la organización.

En la actualidad existen una gran competencia entre empresas, por ello es fundamental ampliar ventajas competitivas, para lograr permanecer dentro del mercado internacional, siendo la calidad de servicio en la atención una de esas ventajas que se pueden desarrollar fácilmente, siempre y cuando se sigan tal cual las políticas establecidas, según el artículo de investigación. (López, 2013)

Las organizaciones prestadoras de servicios de transporte se desarrollan en medio de una extensa red de intereses, de intenciones, de interrelaciones; de la empresa transportadora salen los servicios, que vende a los usuarios, que demandan la movilización de carga o de pasajeros, el transporte comercial de personas se clasifica como servicio de pasajeros que están especializados en el transporte de un determinado lugar a otro a las personas y el transporte de bienes como servicio de mercancías. Como en todo el mundo, el transporte es y ha sido en Latinoamérica un elemento central para el progreso o el atraso de las distintas civilizaciones y culturas. (Alegre, 2016)

El Perú ha mantenido desde hace una década un crecimiento económico sostenido, cuya principal fortaleza es poder mostrar una solidez en el mercado interno, que ha permitido el desarrollo de empresas e instituciones. Uno de los sectores que particularmente se ha visto beneficiado son las empresas de transporte interprovincial, donde actualmente existe un registro del mercado competitivo de pasajeros de 350 empresas y 50,000 empresas de transporte de carga. (Díaz, 2013)

Así mismo el crecimiento de la actividad turística en el país depende en gran medida del desarrollo del sector transporte, pues mejorando la infraestructura vial, la conectividad entre los destinos y la seguridad en las rutas nacionales, podremos ofrecer un mejor desplazamiento de los viajeros, según la Cámara Nacional de Turismo. (Canatur, 2018)

Entre los años 2008 y 2017, el número de empresas que brindaron el servicio de transporte terrestre de personas a nivel nacional e internacional se incrementó de 777 a 2709. Dicho incremento se dio de manera sostenida. Respecto al ámbito nacional, entre los tipos de servicios que más destacan se encuentra: el turístico con 45,0% y el interdepartamental con 19,9% del total de empresas registradas. Asimismo, cabe resaltar que el número de empresas de Transporte Turístico de ámbito nacional, se incrementó entre los periodos 2008 - 2017, pasando de 323 a 1 214 empresas, según el Ministerio de transportes y comunicaciones, anuario estadístico II, 2017.

El 89% de viajeros a nivel nacional utiliza el transporte terrestre, pero solo el 20% de las empresas de transporte terrestres en el país son formales. “Lima es la principal ciudad emisora y receptora de viajeros, esta situación se agrava cuando se analiza la satisfacción con el servicio de transporte público en Lima, las cifras son aún más desalentadoras, pues solo un 6% está satisfecho con el servicio. Un 30% se declara ni satisfecho ni insatisfecho; y un importante 64%, insatisfecho, siendo Ica el segundo destino receptor, según la Cámara Nacional de Turismo. (Canatur, 2018)

El inminente crecimiento en el sector turismo en la ciudad de Trujillo ha impulsado el mercado de buses de transporte interprovincial, es por eso que el 70% de las empresas de transporte interprovincial están interesadas en mejorar sus servicios, adquiriendo unidades más seguras y modernas. El incremento que se registra desde hace varios años en la facturación del turismo interno hace prever a las empresas de transporte turístico de un potencial interesante que quieren aprovechar este crecimiento. (Martínez, 2007)

Dentro de este contexto, encontramos a la empresa “Servicios generales y turismo Milagritos SAC.”, que fue creada en el 2005 en la provincia de La Libertad, distrito de Trujillo, sus oficinas se ubican en la terminal Santa Cruz, la empresa se dedica al transporte de pasajeros interprovincial a la ciudad de Virú, el servicio de turismo operando en las rutas: a) Parte desde Trujillo, hacia la sierra central, llegando a las ciudades de Quiruvilca, Huamachuco y Cajamarca e inversa. b) De la ciudad de Trujillo a las ciudades del norte como Chiclayo, Piura, Tumbes y Ecuador e inversa. c) Desde Trujillo a Tarapoto e inversa, y transporte de personal a diversas empresas agroindustriales.

La empresa ha logrado mantenerse en el mercado regional gracias al esfuerzo diario de todo el personal, sin embargo, presenta algunos antecedentes especialmente en el proceso de atención al cliente, en el servicio turístico, en varias oportunidades se registraron demoras en la llegada de los buses al punto de encuentro, en el servicio interprovincial por la alta demanda de pasajeros dentro de la terminal Santa Cruz, el tiempo de espera, conlleva una atención deficiente que provoca incomodidades, críticas e insatisfacción hasta llegar al destino. Internamente los procesos de atención al cliente no se encuentran definidos, los trabajadores no tienen conocimientos de los procesos y actitudes a tomar frente a los clientes, falta de organización en la documentación en secretaría sobre información de conductores y buses, conlleva a retrasar reportes sobre documentos en regla para dar conocimiento a gerencia lo que genera a últimos momentos cambios que conllevan a demoras en la entrega del servicio por consecuencia provoca un aumento de la probabilidad de ocurrencia de errores, esto influye en gran medida en la obtención de los resultados de los objetivos y metas de la empresa. Por lo tanto, nuestra investigación se centra en el área de atención al cliente, para identificar la relación que existe con la gestión por procesos y la calidad de servicio de la empresa.

1.2. Formulación del problema

¿De qué manera la gestión por proceso influye en la calidad de servicio de la empresa “Servicios generales y turismo milagritos SAC” en el distrito de Trujillo 2018?

1.3. Justificación del estudio

Justificación teórica

El presente trabajo de investigación, busca dar a conocer la influencia de la gestión por procesos con la calidad de servicio brindado a los clientes en el área de atención al cliente en la empresa de transportes, mediante la teoría y conceptos de las variables de estudio con el fin de lograr efectividad en los objetivos propuestos y mejorar el desempeño del mismo.

Justificación práctica

Los resultados de la presente investigación permitirán encontrar que existe una correlación positiva entre la gestión por procesos y la calidad de servicio del área de atención al cliente de la empresa para mejorar sus procesos y la toma de decisiones posteriormente plantear las recomendaciones adecuadas con el fin de aprovechar de forma eficiente los resultados de esta investigación.

Justificación social

Esta investigación nos permitirá conocer la situación actual de la empresa en cuanto a sus procesos, es por ello que el estudio se enfoca a la gestión por procesos, un tema que las empresas en la actualidad poco a poco se van adaptando a sus sistemas y adquiere así más importancia el estudio realizado, para lograr brindar un servicio de calidad.

Justificación metodológica

Esta investigación se justifica metodológicamente porque se realizó una investigación correlacional donde la toma de información fue mediante la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario el que fue desarrollado en base a la aplicación de la teoría y conceptos y se utilizará un enfoque cualitativo y cuantitativo para dar validez y confiabilidad a la investigación.

1.4. Objetivos

1.4.1. Objetivo general

Determinar de qué manera la gestión por procesos influye en la calidad de servicio de la empresa Servicios generales y turismo milagritos S.A.C del distrito de Trujillo 2018.

1.4.2. Objetivos específicos

- Identificar la gestión de procesos del área de atención al cliente de la empresa Servicios generales y turismo milagritos S.A.C del distrito de Trujillo 2018.
- Describir la calidad de servicio del área de atención al cliente de la empresa Servicios generales y turismo milagritos S.A.C del distrito de Trujillo 2018.
- Analizar el nivel de la gestión de procesos y sus dimensiones del área de atención al cliente de la empresa Servicios generales y turismo milagritos S.A.C del distrito de Trujillo 2018.
- Analizar el nivel de la calidad de servicio y sus dimensiones del área de atención al cliente de la empresa Servicios generales y turismo milagritos S.A.C del distrito de Trujillo 2018.

CAPÍTULO II: MARCO DE REFERENCIA

CAPÍTULO II. MARCO DE REFERENCIA

2.1. Antecedentes del problema

A nivel internacional:

Saud (2014) en su tesis: *Análisis y estrategia comercial de un modelo de gestión por procesos en el sector transporte. Caso: Empresa Jt Logistics de la provincia de Pichincha*, realizado en la Universidad Internacional de Ecuador, para obtener el título de Ingeniero comercial de la Facultad de Ciencias administrativas, concluyó:

El estudio ha permitido analizar este tipo de servicio por parte de competidores y determinar cómo inclusive estas empresas de transporte han buscado un mejoramiento en este servicio debido a que es un canal de comunicación importante entre el cliente y la empresa y por ello la necesidad de un modelo de gestión por procesos completamente estructurado, como se ha propuesto, beneficiando de esta manera no solo a la empresa, sino a los mismos clientes. La propuesta de implementación realizada presenta toda la estructura y filosofía requerida para el modelo de gestión por procesos y detalla las principales actividades que van a aplicarse en el servicio, determinando sus niveles de especialización y un sistema eficiente que permita realmente cumplir con las expectativas de los clientes.

Finalmente, el estudio ha permitido valorar todos los requerimientos de inversión, mismos que no son significativos para la empresa, pero que si podrán otorgar beneficios importantes a la empresa JT Logistics.

León y Pitalua (2011) en su tesis: *Evaluación de la calidad del servicio al cliente en la terminal de transporte de Cartagena* realizado en la Universidad de Cartagena, Colombia, para obtener el título en Administración de empresas, concluyó:

Como un elemento positivo en la satisfacción del servicio al cliente la calificación promedio de las percepciones es 3,77 (conceptualmente la mayoría percibe ligeramente de acuerdo en la mayoría de los enunciados)

y el promedio general de las expectativas es 3,75. Esto nos dice que se equipara cuantitativamente para efectos de establecer diferencias o que existen elementos que la Terminal de Transporte ha cuidado en ofrecer para satisfacer un buen servicio.

Establecer un programa de mejora continua y capacitación a los empleados de la Terminal que Incidan en los empleados de las Empresas Prestadoras del Servicio, para la mejora de las competencias y conocimientos del servicio al cliente, principalmente en los referentes en la actitud, respuesta rápida, conocimiento de la labor en general de la Terminal y trato cordial tratando de conocer más las necesidades del cliente.

A nivel nacional

Vargas (2016) en su tesis: *Implementación de una gestión por procesos bajo la metodología PHVA para la mejora de la calidad del servicio al cliente interno proporcionado por el área de recursos humanos de la empresa lives S.A.C de barranco, Lima – Perú en el año 2016* realizado en la Universidad Nacional Santiago Antúnez De Mayolo en Huaraz, para obtener el título de Licenciado en Administración de la Facultad de negocios.

Los resultados de la implementación del modelo de gestión por procesos bajo la metodología PHVA, nos permiten concluir que éste mejora la calidad del servicio al cliente interno proporcionado por el área de Recursos Humanos de la Empresa LIVES S.A.C de Barranco, Lima – Perú en el año 2016. La mejora se debe a la funcionalidad que brinda para la ejecución de tareas de cada uno de los procesos, facilita el balanceo de la carga de tareas y por usuarios específicos. Asimismo, proporciona visibilidad y transparencia en la información para identificar, controlar y gestionar las actividades del día a día, lo que faculta tomar las acciones correctivas o de mejora de forma inmediata. Finalmente, optimiza los procesos mediante la identificación de los cuellos de botella o re trabajos, a partir de la evaluación del comportamiento del proceso.

Gamarra y Delgado (2016) en su tesis: *Calidad del servicio de transporte público urbano en la ciudad del Cusco 2014*, realizado en la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco, para obtener el título profesional de economista de la facultad de Ciencias administrativas, contables, económicas y turismo, concluyó:

Los factores determinantes de la calidad del servicio de transporte público en la ciudad el Cusco, son la forma de manejo del conductor, el tiempo de viaje, trato y apariencia del conductor y el estado físico del automóvil; dichas variables ponderan la percepción de los demandantes de este servicio, con un grado $R^2 = 0.766 = 76,6\%$ de relación o explicación de las variables independientes con la calidad del servicio del transporte público urbano, dichas variables son ponderadamente significativas en el modelo de la calidad del servicio del transporte público urbano determinado mediante una regresión logística multinomial, esto se refleja en la opinión que los usuarios comentaron de dicho servicio puesto que un 38% de la población considera malo la prestación del servicio de transporte público urbano, mientras que el 59% de estos indica que la calidad de este servicio es regular y el 3% indica que este servicio es bueno, estos resultados fueron las conclusiones en general de la situación actual en las que se encuentra el servicio de transporte público en nuestra ciudad según la percepción del usuario encuestado.

La variable trato y apariencia del conductor y cobrador, tiene influencia positiva con la calidad del servicio de transporte público urbano, puesto que esta esta variable es la que más está en contacto con los usuarios de esta, además en la medida que esta mejore como el trato a los clientes y la apariencia de los prestadores de dicho servicio mejore, también mejorara su percepción sobre la calidad del servicio consumido para su transporte.

A nivel local

Gutiérrez (2017) en su tesis: *Diseño de un modelo de gestión por procesos y su influencia en la dirección estratégica de la empresa Ponci Plus S.A.C., Trujillo 2017*, realizado en la Universidad Privada del Norte para obtener el título profesional de Ingeniera Empresarial, concluyó:

Determinó que el modelo de gestión por procesos influye positivamente en el direccionamiento estratégico de la empresa Ponci Plus S.A.C., comprobándose la hipótesis planteada.

Al implementar el modelo de gestión por procesos en la empresa Ponci Plus S.A.C. se estima obtener resultados satisfactorios en los indicadores de Cumplimiento de objetivos estratégicos de 0% a 21%, en Productividad de 6% a 12%, en Capacidad de respuesta de 5% a 14%, en Notoriedad de marca de 50% a 60% y en Satisfacción del Cliente de 20% a 30%.

Mendoza (2016) en su tesis: *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la Empresa de Transporte Público Interprovincial "EMTRAFESA S.A.C." Trujillo 2014*, realizado en la Universidad Nacional de Trujillo para obtener el grado de licenciada en Administración de la facultad de Ciencias económicas, concluyó:

La calidad del servicio prestado el personal de atención y conductores de la Empresa de transporte publico interprovincial de pasajeros "Emtrafesa S.A.C. era de nivel regular la calidad del servicio por falta de conocimiento en el proceso de abordaje y por falta de comunicación entre los trabajadores y empresa.

De acuerdo a los resultados obtenidos se puede destacar que el atributo mejor percibido por los clientes, es el estado físico-mecánico de los vehículos, puntualidad y servicio de súper vip.

2.2. Marco teórico

2.2.1. Gestión por proceso

Para Rodríguez (2015), la gestión por procesos constituye una óptima estrategia de mejora de calidad total, se sustenta en el aumento del rendimiento de las organizaciones, en la búsqueda de la satisfacción de los clientes y las estrategias dirigidas a la mejora continua en las actividades que se realizan. En un mundo evolucionario en donde las exigencias de los clientes y sus

necesidades están en permanente cambio se requiere un servicio de calidad en la que se garantice una atención eficiente a los clientes.

Para Bravo (2011), la gestión por procesos es una disciplina de gestión que ayuda a la dirección de empresa a identificar, representar, formalizar, controlar, mejorar y hacer más productivos los procesos de la organización para lograr la confianza del cliente. La estrategia de la organización aporta las definiciones necesarias en un contexto de amplia participación de todos sus integrantes, donde los especialistas en procesos son facilitadores.

Hitpass (2013), señaló con respecto a la gestión por procesos, es una disciplina integradora que engloba técnicas y disciplinas parciales, que abarca las capas de negocio y tecnología, que se comprende como un todo integrado en gestión a través de los procesos.

Principios que orientan la gestión de procesos se sustentan en los siguientes conceptos:

Suárez (2011), indica:

- La misión de una organización es crear valor para sus clientes; la existencia de cada puesto de trabajo debe ser una consecuencia de ello: existe para ese fin.
- Los procesos siempre han de estar orientados a la satisfacción de los clientes.
- El valor agregado es creado por los empleados a través de su participación en los procesos; los empleados son el mayor activo de una organización.
- La mejora del proceso determinará el mayor valor suministrado o entregado por el mismo.

El proceso va a ser el núcleo principal donde van a confluir los conocimientos de las personas que participan en las diferentes unidades funcionales de la organización, integrando los intereses propios de cada una de esas unidades en una meta común y cuyo objetivo será cumplir con las expectativas de los clientes a los que se dirige dicho proceso.

Pérez (2010), por estas razones, tiene mucho sentido estructurar a la organización bajo la visión de procesos, desde su planteamiento estratégico hasta su organización operativa, de tal forma que se pueden crear esquemas de responsabilidad compartida hasta la entrega de un producto o servicio, incluyendo indicadores estratégicos, tácticos y operacionales. La administración por procesos permite entonces visualizar a la organización como un sistema diseñado para satisfacer las necesidades de clientes internos como externos.

López (2014) indica que un planteamiento de solución para mejorar la gestión de producción en la empresa, es mediante las capacitaciones al personal y la implementación señalética de procesos, con la cual espera un incremento en su productividad, reduciendo al mínimo los costos de operación, ocasionadas por fallas tanto de los operarios como del personal administrativo, con esto se espera tener a los clientes satisfechos ofreciéndoles un buen servicio de acuerdo a sus necesidades.

2.2.1.1. Beneficios de la gestión por procesos

- Permite a la organización en centrarse en el cliente
- Permite a la empresa predecir y controlar el cambio
- Aumenta la capacidad de competir de la empresa, mejorando el uso de los recursos disponibles
- Suministra los medios para realizar en forma rápida, cambios importantes hacia actividades muy complejas.
- Apoya a la organización para manejar de manera efectiva sus interrelaciones.
- Ofrece una visión sistemática de las actividades
- Mantiene a la organización centrada en el proceso
- Ayuda a la empresa a comprender como se convierten los insumos en productos

Fernández y Ramírez (2017) indica que la gestión por procesos es la estrategia de mejora de todas las actividades de la empresa, busca desarrollar mecanismos

que permitan mejorar el desempeño de todos los procesos, es decir, la optimización de las funciones vinculas con la reducción de costos, incremento de la productividad y mejora de la calidad

2.2.1.2. Clasificación de procesos

La clasificación de Procesos son tres tipos de procesos dentro de las organizaciones, los que dan forma a la representación gráfica del Mapa de Procesos: los estratégicos, los operativos o claves y los de apoyo o soporte (sgp.pcm, 2015)

- ❖ **Procesos Clave:** Son los procesos que tienen contacto directo con el Cliente (son necesarios para la realización del producto/servicio, a partir de los cuales el Cliente percibirá y valorará la calidad: comercialización, planificación del servicio, prestación del servicio, entrega, etc.). En cada momento deberá asegurarse que los procesos clave son aquellos que más contribuyen a lograr la misión de la organización.
- ❖ **Procesos estratégicos:** Son los procesos relacionados a la determinación de las políticas, estrategias, objetivos y metas de la entidad, así como asegurar su cumplimiento. Los procesos estratégicos definen la orientación hacia donde deben operar los procesos operativos o claves, los cuales necesitan a los procesos de apoyo o soporte para cumplir con sus objetivos.
- ❖ **Procesos de soporte:** Son los procesos que se encargan de brindar apoyo o soporte a los procesos claves.

2.2.1.3. Cambio del enfoque funcional al enfoque de la gestión por procesos orientada a resultados

Usualmente vemos a la entidad de manera funcional, es decir de forma vertical, donde prevalece la línea de mando y la jerarquía, pero otra forma de verla es a través del enfoque por procesos orientada a resultados, que nos muestra una visión horizontal de la entidad, donde los límites entre los diferentes órganos, unidades orgánicas, áreas, jefaturas o gerencias dejan de existir. Esto ayuda a entender el real funcionamiento de las entidades.

En la Figura 1, se puede apreciar el cambio de enfoque funcional al enfoque por procesos orientada a resultados.



Figura 1. Enfoque Funcional a Enfoque de Procesos Orientada a Resultados

Fuente: SGP/PCM – 2015

2.2.1.4. Fases de la gestión de procesos

Según Carrasco (2008), profundiza en las 9 fases de la gestión de procesos, divididas en cuatro ciclos:

Ciclo 1. Desde la estrategia de la organización. Se refiere a que la incorporación de la gestión de procesos debe estar expresada en el plan estratégico. Consta de:

- 1. Incorporar la gestión de procesos en la organización.** Donde se resuelve: crear un área de procesos y designar el equipo de trabajo, definir las grandes líneas de trabajo en la gestión de procesos, identificar la tecnología necesaria y realizar la

preparación adecuada de las personas del área y de toda la organización

Ciclo 2. Modelamiento visual de los procesos, consta de dos fases:

- 2. Diseñar el mapa de procesos: consiste en ver la totalidad de los procesos de la organización:** el proceso de dirección estratégica, los procesos del negocio y los procesos de apoyo. Desde esta visión de conjunto se comienza a segmentar y detallar. Este mapa es vital para elaborar el plan estratégico de la organización.
- 3. Representar los procesos mediante modelos visuales:** flujogramas de información y listas de tareas, donde también se realizan observaciones y recomendaciones generales.

Ciclo 3. Intervenir procesos modelados. Este ciclo exige conocer previamente la totalidad de los procesos a nivel del modelamiento visual. A las dos fases donde se propone y realiza el cambio: mejora y rediseño de procesos, se le llama también optimización de procesos. Consta de cuatro fases:

- 4. Gestión estratégica de procesos:** contempla priorizar procesos desde lo indicado en la estrategia e incluye la definición de indicadores y de dueños de procesos. También señala los objetivos para la optimización de procesos (mejora o rediseño).
- 5. Mejorar procesos:** se refiere a definir y aplicar las mejoras para cumplir los objetivos de rendimiento del proceso señalados en la fase anterior.
- 6. Rediseñar procesos:** se refiere a definir y aplicar una solución para cumplir los objetivos de rendimiento del proceso señalados en la fase anterior. Se suman en esta fase los aportes de la

gestión de proyectos porque el rediseño se orienta al cambio mayor.

- 7. Formalizar procesos:** contempla elaborar el procedimiento como detalle completo de un proceso optimizado. Debe asegurarse que la nueva práctica se incorpore y mantenga en la organización.

Ciclo 4. Durante la vida útil del diseño del proceso formalizado. Este ciclo exige que el proceso esté formalizado producto de un diseño reciente o de una optimización. Consta de dos fases:

- 8. Controlar procesos:** se refiere al seguimiento, al cumplimiento de estándares y a la reacción en caso de situaciones fuera del estándar. Este rol lo cumple el dueño del proceso.
- 9. Mejora continua:** se refiere al diseño y la práctica de cómo el diseño del proceso se continuará perfeccionando tanto para adaptar a la realidad como para capitalizar innovaciones.

2.2.1.5. Mapa de procesos

El mapa de procesos provee una visión de conjunto, holística o de helicóptero de todos los procesos de la organización. El mapa de procesos debe estar siempre actualizado y pegado en las paredes de cada gerencia, para comprender rápidamente el hacer de la organización. (Fernández, 2010)

Tello (2013), afirma que los mapas de procesos se definen gráficamente, en lo que se conoce como diagramas de valor, combinando la perspectiva global de la compañía con las perspectivas locales del departamento respectivo en el que se inscribe cada proceso. Su desarrollo, por lo tanto, debe tratar de consensuar la posición local y el desempeño

concreto de dichos procesos con los propósitos estratégicos corporativos, por lo que resulta imprescindible identificarlos y jerarquizarlos en función de su definición específica.

El mapa de procesos de una empresa permite reconocer la totalidad del hacer de una organización y ayuda a ubicar en su contexto cualquier proceso específico; es un modelo vital para elaborar un plan estratégico, porque ayudara a tomar consciencia visual de la misión representada por los procesos del negocio. (Bravo, 2011)

2.2.1.6. Definición de procesos

Un proceso se define como una sucesión de actividades en donde el resultado tiene valor para un cliente o usuario.

Según Bravo (2011), el proceso es una generalidad que tiene un objetivo completo, útil a la organización y que añade valor para el cliente.



Figura 2. Definición de proceso.
Fuente: Pérez (2010)

En la figura 2 se visualiza que todo proceso tiene entradas (input) y la salida (output) es un producto para un cliente que puede ser interno o externo. Dentro de cada proceso existe una secuencia de actividades, que se nutre de recursos y depende de una buena gestión, para cumplir su objetivo

2.2.1.7. Agregar valor

Cada tarea, actividad, proceso que desarrollamos debe incrementar el valor del bien y servicio que estamos elaborando o desarrollando. Por lo tanto, todos los procesos tienen que necesariamente agregar valor para ser considerados como tales.

2.2.1.8. Mejora continua de los procesos

La Norma ISO 9001:2015, define a la mejora continua como “la actividad recurrente para aumentar el desempeño”. El seguimiento y medición de los procesos a través de los indicadores, permite la obtención de datos que serán analizados con la finalidad de conocer las características y desempeño actuales de los procesos. A partir de este análisis se podrá conocer: Qué procesos no presentan un desempeño adecuado y no alcanzan los resultados planificados y en qué procesos existen oportunidades de mejora.

Estos datos deben servir de información de entrada para la mejora continua, la cual debe ser un pilar dentro de la organización que permita aumentar la eficacia, eficiencia y/o capacidad del proceso. El ciclo de Deming o Ciclo PDCA (Plan-Do-Check-Act), presenta los cuatro pasos para lograr la mejora continua de los procesos.

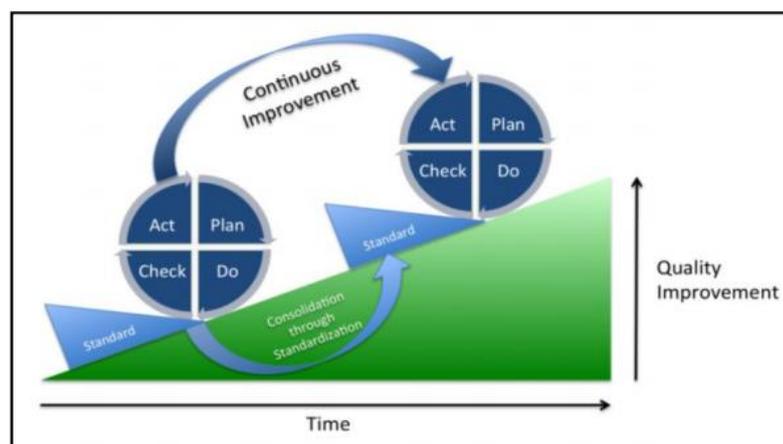


Figura 3: Ciclo PDCA

Fuente: Vives (2013)

La figura 3 muestra cómo se aplica el ciclo de mejora continua PDCA, y por medio de este la organización puede lograr mejoras en los procesos.

a) Plan (P) - Planear:

Esta etapa consiste básicamente en la planificación de las actividades a realizar, así como la identificación de los recursos y controles necesarios para la siguiente etapa, así como las metas y métodos para alcanzarlas.

b) Do (D) - Hacer:

Etapa en la cual se seleccionan y programan las soluciones para atacar a las causas de los problemas encontrados en la etapa anterior. Esta etapa permite asegurar que las acciones previamente planificadas se implanten adecuadamente, realizando la designación de responsabilidades, recursos, actividades, entre otros (Pérez, 2010).

c) Check (C) - Verificar:

Etapa en la que se ha de verificar si las acciones ejecutadas han logrado alcanzar los objetivos establecidos, es decir la efectividad de la(s) solución(es) implementada(s). Esto se debe realizar a través de la comparación del desempeño actual con el del antes del cambio realizado. Los resultados de esta etapa son el punto de partida para la mejora (Pérez, 2010).

d) Act (A) - Actuar:

La etapa Actuar (A) es en la cual se revisa, optimiza y estandariza las acciones de mejora, verificando que estas se ajustan a los niveles de desempeño que se desea lograr. En esta etapa se debe realizar la toma de decisiones y también la decisión de qué acciones correctivas se tomarán para corregir las desviaciones que se puedan presentar (Pérez, 2010).

2.2.1.9. Flujograma de información

Para Bravo (2011), un flujograma de información describe un proceso. Si éste tiene divisiones en su interior, se elabora un flujograma de información por cada etapa o versión. En el flujograma de información los recuadros representan actividades, la secuencia sigue la temporalidad (las actividades de más abajo ocurren después) y, sobre todo, se busca el vistazoll, significa que con una mirada se recuerda cómo es el proceso. Considerando que todo usuario del proceso debería haber participado en su elaboración o haber sido capacitado. Vital es la simplicidad: letra grande, poco texto en las cajas, etc.

Alteco (2013), menciona que, los diagramas de flujo son una herramienta para elaboración de los procesos, permitiendo visualizar gráficamente y en forma consecutiva las actividades de un proceso determinado.

Hay que destacar que, para la realización de los diagramas de proceso, la empresa no debe caer en un exceso de documentación, por lo que conviene ajustar el nivel de detalle que tendrán los diagramas de proceso a elaborar. Esto garantizará que la documentación que se genere sea solamente la necesaria, y que permita que el proceso se controle y ejecute correctamente

2.2.2. Calidad de Servicio

Dessler (2009), define la calidad de servicio por separado, señalando que calidad es el nivel de excelencia que una empresa decide alcanzar para satisfacer a su clientela clave. Es también la medida en la que consigue alcanzarla. Y el servicio es el conjunto de soportes que rodean al acto de comprar. Esto nos indica entonces que la calidad es dar al cliente lo que se prometió y la excelencia es sorprender al cliente dándole más de lo que se prometió.

Para Blanco (2012), los sistemas de calidad en la actualidad se basan en establecer el propósito de mejorar constantemente el producto y el servicio, con la meta de ser más competitivos y continuar en el mercado.

2.2.2.1. Importancia de la calidad de servicios

Herrera (2011), identifica una organización de servicios como aquella que, dentro de los resultados con la interacción de sus clientes, se caracteriza por “desarrollar transacciones en beneficio de éstos “que proporcionan conocimientos o información a sus clientes”.

Según Macías (2012), su importancia radica, entonces, en construir y fortalecer la lealtad del cliente para con la empresa, a partir del servicio que se le presta. Hoy en día las empresas se enfrentan en los mercados para lograr y asegurar la fidelidad de sus clientes.

2.2.2.2. Dimensiones de la calidad de servicio:

Según Dessler (2009), destacan las siguientes dimensiones de la calidad de servicio:

- **Fiabilidad:** La empresa que logra un grado de fiabilidad elevado es la que ofrece un nivel de consistencia alto y constante en la confiabilidad de sus prestaciones; entrega el servicio correcto desde el primer momento; siempre cumple con sus promesas y entrega el servicio en la fecha y momento prometidos y si se equivoca, admite su error y hace todo lo necesario para satisfacer al cliente.
- **Capacidad de respuesta:** Significa ofrecer un servicio rápido, el contestar las necesidades del cliente con agilidad y darles la información necesaria de forma inmediata.
- **Profesionalidad:** Implica conocer a profundidad los servicios prestados por la empresa, con todos sus matices y variantes, resolver situaciones imprevistas que planteen los

clientes, aconsejar eficazmente y mantener relaciones personales satisfactorias.

- **Accesibilidad:** Implica estar siempre dispuesto para atender las necesidades de los clientes. Tiene mucho que ver la localización de la empresa, las sucursales, los ambientes, los horarios de atención.
- **Cortesía:** Que los clientes reciban un trato cortés de todo el personal de la empresa.
- **Comunicación:** Una empresa que logra buena comunicación con sus clientes es la que se comunica con ellos con un lenguaje que puedan entender, escuchándolos con paciencia y sinceridad de atención.
- **Credibilidad:** Esto se consigue cuando el cliente cree en lo que hace y dice el personal de la empresa, el cual tiene siempre en el corazón los mejores intereses de los clientes.
- **Seguridad:** Preocupación de la empresa tanto por la seguridad física como la financiera de sus clientes.
- **Elementos tangibles:** La calidad en los elementos tangibles del servicio consiste en la preocupación y el cuidado de la apariencia de las instalaciones físicas de la empresa; así como de los equipos e instrumentos; y también significa la atención a la imagen personal.

Según Evans & Lindsay (2008), el aseguramiento de la lealtad se refiere a cualquier actividad planeada y sistemática dirigida a proveer a los clientes productos de calidad apropiada, junto con la confianza de que los productos satisfacen los requerimientos de los clientes. Y tal como lo plantea

Para Riveros, (2007) la capacidad de respuesta se refiere a la disposición de la empresa para dar respuesta ágil y oportuna a los clientes y proporcionar un servicio rápido, que preferiblemente supere sus expectativas. Un trabajador bien capacitado en su trabajo realizará una buena actividad.

Liza y Siancas (2016) indica que se ha comprobado que el cliente no tiene una expectativa única para todas las dimensiones, todas ellas son diferentes. Prima una expectativa mayor en “Bienes Tangibles” y “Confiabilidad”, mientras en la “Capacidad de Respuesta” y “Empatía”, son las variables (dimensiones) que deben ser el foco de atención de la entidad, pues son los que poseen los niveles de percepción más bajos.

2.2.2.3. Evaluación de la calidad de servicio

De acuerdo a Dessler (2009), la evolución de la calidad de servicio al cliente nos permite conocer el nivel de servicio que los clientes perciben que están recibiendo de la organización. Estos resultados además de ser utilizados para mejorar los servicios que los usuarios desean, permite comparar directamente a la organización con otras de similares características permite conocer también el nivel de satisfacción del cliente: satisface sus necesidades, supera sus expectativas o justifica el buscar a otras empresas que se dediquen a la venta de otras empresas con servicios similares.

También sostiene que es la experiencia del cliente respecto al servicio recibido es la clave para determinar la futura demanda, ya que la satisfacción de éste es relativa para cuando compara el servicio que le brinda con una experiencia previa; es decir, la calidad de servicio ofrecida no corresponde necesariamente con la que percibe el cliente.

Asimismo, sostiene que el servicio de calidad es más difícil de probar, pues la empresa de servicios debe establecer requisitos y especificaciones que permitan fijar metas de calidad en los diversos niveles de la organización. Según dicho autor el servicio se identifica por dos componentes que presenta la calidad y que son evaluados por los usuarios:

- **La calidad técnica:** Que se refleja en el conocimiento, estándar del equipo, empleado y velocidad.
- **La calidad funcional:** Que implica la actitud de quien atiende, es decir; los aspectos psicológicos.

2.2.2.4. Calidad y satisfacción

La calidad y la satisfacción son dos elementos resultantes de la evaluación del cliente, que se encuentran íntimamente relacionados. Sin embargo, los separa una mínima diferencia, ya que la satisfacción es la consecuencia de una consideración positiva del consumidor sobre un aspecto específico de una transacción o experiencia. Y en cambio, calidad es el resultado de la evaluación global de un servicio, que se construye a partir de la apreciación de varias experiencias. Fernández y Bojac (2003).

Alen y Fraiz (2006), partiendo de la idea de que la calidad de servicio es básicamente cognitiva y la satisfacción normalmente efectiva, indica que la relación causal depende del momento en que se evalúe el servicio. Según este autor, en las transacciones específicas puede suceder que las evaluaciones de calidad y satisfacción sean divergentes para distintas situaciones y distintas personas, constatando la existencia de varios factores que influyen en la secuencia de evaluación y, por tanto, en el orden causal entre satisfacción y calidad.

2.2.3. Atención al cliente

El cliente, elemento vital de cualquier empresa.

Según Martínez (2007), el cliente es el núcleo en torno al cual debería girar siempre la política de cualquier empresa. Superadas las teorías que sitúan el producto como eje central, se impone un cambio radical en la cultura de las empresas hacia la retención y fidelización del cliente, concebido éste como el mayor valor de las organizaciones y ante el que se supeditan todos los procesos, incluidos los referentes a la fabricación y selección de los productos y servicios que se ofertan y por supuesto, la relación con el cliente.

2.2.3.1. Características de los clientes.

Martínez (2007), el cliente presenta las siguientes características:

- Son las personas más importantes para cualquier organización
- Un cliente no depende de usted, es usted quien depende del cliente.
- Un cliente no interrumpe su trabajo, sino que es la finalidad del mismo.
- No le está haciendo ningún favor al servirle, sino que ese es su obligación.
- Son seres humanos llenos de necesidades y deseos. Su labor es satisfacerlos.
- Merecen el trato más amable y cortés.
- Representan el fluido vital de la organización, sin ellos la organización no tendría razón de ser.

2.2.3.2. Tipos de clientes

Según Talavera (2009) existen 2 tipos de clientes:

Clientes internos

El cliente interno es aquel miembro de la organización, que recibe el resultado de un proceso anterior, llevado a

cabo en la misma organización, a la que podemos concebir como integrada por una red interna de proveedores y clientes. Yo soy proveedor de quien recibe el producto de mi trabajo, y cliente de quien me hace llegar el resultado del suyo.

a) Importancia del cliente interno

Mientras que los clientes internos no necesariamente pueden comprar los productos o servicios ofrecidos por su empleador, la relación con el cliente interno también juega un papel clave en el éxito de la empresa. En el ejemplo de ventas, el vendedor que no funciona bien con el servicio al cliente puede tener mayor dificultad para realizar pedidos u obtener respuestas a las preguntas de sus clientes externos, lo que resulta en un bajo nivel de servicio. Las tensas relaciones internas también pueden afectar negativamente la moral de la empresa.

Clientes externos

Los clientes externos son esenciales para el éxito de cualquier negocio, ya que proporcionan el flujo de ingresos a través de sus compras que la empresa necesita para sobrevivir. Los clientes externos satisfechos suelen hacer compras repetidas, así como referir a tu negocio a otras personas que conocen.

a) Tipos de clientes externos:

- La sociedad en general que puede ser local, nacional o internacional dependiendo de la proyección de la empresa.
- La empresa privada que como nosotros tiene necesidades que satisfacer, proveedores y clientes potenciales.
- Los medios de comunicación de la localidad que talvez

no hemos contratado y no se encuentra en nuestros planes, deben considerarse también como clientes, posibles clientes o gente que nos puede recomendar.

- Los organismos gubernamentales que consumen de acuerdo a políticas y presupuestos establecidos, que emplean gran cantidad de personas que son consumidores y que su recomendación puede generar ganancias a futuro.

2.3. Marco conceptual

Gestión:

La gestión consiste en brindar un soporte administrativo a los procesos empresariales de las diferentes áreas funcionales de una entidad, a fin de lograr resultados efectivos y con gran ventaja competitiva revelada en los estados financieros. (Juran, 2007)

Proceso:

Un proceso es un conjunto ordenado de actividades repetitivas, las cuales poseen una secuencia específica e interactúan entre sí, transformando elementos de entrada en resultados. Los resultados obtenidos poseen un valor intrínseco para el usuario o cliente. (Pérez, 2010)

Calidad:

El concepto de calidad debería ser entendido por los gerentes, administradores, funcionarios y colaboradores de las organizaciones actuales como el logro de la satisfacción de los clientes a través del establecimiento adecuado de todos sus requisitos y el cumplimiento de los mismos con procesos eficientes, que permita así a la organización ser competitiva en la industria y beneficie al cliente con el servicio y precios razonables. (Vásquez, 2007)

Servicio:

Un servicio es una obra, una realización o un acto que es esencialmente intangible y no resulta necesariamente en la propiedad de algo. Su creación puede o no estar relacionada con un producto físico (Kotler, Bloom y Hayes, 2014).

Calidad de servicio

La calidad de servicio se define como la habilidad de una organización para satisfacer o superar las expectativas de los clientes (Ibáñez, 2007).

Cliente

La palabra cliente tiene su raíz es el termino latino cliens que expresa la cualidad de la persona que se apoya en otra para procurar su ayuda (Camacho, 2010).

Atención al cliente

Atención al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. (Serna, 2006)

2.4. Hipótesis

La gestión por procesos tiene una correlación positiva con la calidad de servicio de la empresa “Servicios generales y turismo milagritos SAC” del distrito de Trujillo 2018

2.5. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	PREGUNTAS	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS
GESTIÓN POR PROCESOS	Es una representación gráfica de un sistema de procesos que sirven como guías para orientar el accionar de las actividades con el único fin de cumplir los objetivos propuestos por la empresa, basados en el análisis, creación y perfeccionamiento de los procesos. (Suárez, 2011)	Personas	Conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> - ¿El personal tiene claro los objetivos y políticas de la empresa relacionadas con la gestión por procesos? - ¿El personal conoce, como su trabajo afecta a la empresa? 	Escala de Likert
		Recursos físicos	Infraestructura	<ul style="list-style-type: none"> - ¿La empresa tiene alineada su infraestructura para apoyar directamente a los procesos? - ¿Se cuenta con la tecnología adecuada para administrar la información de sus clientes? 	
		Planificación	Métodos de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> - ¿El personal de atención al cliente tiene al día la información solicitada por gerencia? - ¿El personal utiliza flujogramas de información en el área de atención para facilitar en el desarrollo de su trabajo? - ¿Está de acuerdo que se plantean acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados de los procesos? - ¿Se realiza continuamente una mejora en el proceso de atención al cliente en función a los tiempos en la empresa? 	
			Instrucción de trabajo	<ul style="list-style-type: none"> - ¿El personal reciben capacitaciones periódicas para fortalecer y especializar en atención al cliente? - ¿El personal está capacitado para resolver situaciones de reclamos o admisión de errores? 	
		Control del proceso	Motivación	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Los jefes se involucran en el área para facilitar la mejora motivacional del personal? - ¿Está de acuerdo que el ambiente laboral en el área es el más adecuado? 	
			Evaluación del servicio	<ul style="list-style-type: none"> - ¿Se reportan las incidencias diarias del servicio suscitadas en la ejecución de las tareas programadas? - ¿La empresa se preocupa por la calidad de atención que brinda al cliente? - ¿Se aplica el seguimiento de satisfacción, a través de las encuestas periódicas? 	

VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADOR	PREGUNTAS	INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS
CALIDAD DE SERVICIO	La habilidad de una organización para satisfacer o superar las expectativas de los clientes (Ibáñez, 2007).	Recursos físicos	Instalaciones	¿El personal tienen una apariencia formal y agradable? ¿La empresa cuenta con todas las unidades modernas e instalaciones necesarias para sentirse satisfecho?	Escala de Likert
		Confiabilidad	Nivel de seguridad	¿Se siente seguro y tranquilo en sus transacciones con la empresa? ¿El personal prioriza sus intereses? ¿Considera un trato amable y servicial de los conductores al momento del embarque? ¿Considera un trato amable y servicial del personal del counter de la empresa?	
		Respuesta	Capacidad de respuesta	¿La empresa respeta los tiempos de llegada y salida de los buses para el servicio? ¿Los conductores que hacen las rutas, están bien capacitados ante cualquier eventualidad en el transcurso del viaje? ¿La empresa da soluciones rápidas a los incidentes que puedan ocurrir en el servicio?	
		Accesibilidad	Tarifas	¿Cómo considera los precios brindados a los clientes de transporte interprovincial? ¿Cómo considera los precios brindados a los clientes de servicio turístico? ¿La empresa ofrece descuentos por campañas o fechas especiales a sus clientes?	
		Satisfacción del cliente	Nivel de satisfacción	¿El personal brinda a sus clientes atención personalizada de la información sobre los servicios ¿Cómo califica el servicio que brinda la empresa turismo milagritos? ¿El servicio que brinda la empresa cumple con sus expectativas? ¿Qué tan satisfecho se siente usted con el servicio que ofrece el personal de atención al cliente? ¿Recomendaría el servicio?	

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Tipo y nivel de investigación

3.1.1. Tipo de investigación:

Por el tipo de investigación, la presente investigación es de tipo aplicada.

3.1.2. Nivel de investigación:

De acuerdo a la naturaleza del estudio de la investigación, reúne por su nivel las características de un estudio no experimental de corte transversal correlacional con el que se pretende determinar la influencia que existe entre la variable calidad de servicio y la gestión por procesos. Basados desde un enfoque cuantitativo.

3.2. Material

3.2.1. Población

Personal

La población es finita y está constituida por el personal de la empresa “Servicios generales y turismo milagritos SAC.” conformada por 54 personas, según la oficina de personal.

Tabla 1:

Personal por cargos de la empresa “Servicios generales y turismo milagritos SAC.”

Cargo	N° personas por cargo
Gerente	1
Supervisor	1
Asistente	1
Contadora	1
Conductores	50
TOTAL	54

Fuente: Autores

Clientes

Los clientes en promedio diario son aproximadamente 120 según información brindada por supervisor de la empresa “Servicios generales y turismo milagritos SAC.”

3.2.2. Marco muestral

Personal

Listado del personal de la empresa.

Clientes

Promedio de clientes a la semana.

3.2.3. Unidad de análisis

Personal

Cada personal de la empresa de transporte “Servicios generales y turismo milagritos SAC.”

Clientes

Cada uno de los clientes de la empresa de transporte “Servicios generales y turismo milagritos SAC.”

3.2.4. Muestra

Muestra de personal:

Se ha considerado una población muestral de 54 trabajadores por ser una población pequeña.

Muestra de clientes:

Se trata de un muestreo probabilístico aplicamos la fórmula estadística.

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{E^2 \times (N-1) + Z^2 \times P \times Q}$$

N = población 120 personas

n = tamaño de la muestra

Z = (nivel de confianza 1.96)

P= (probabilidad de éxito 0.5)

Q= (probabilidad de fracaso 0.5)

E= (nivel de error 0.10)

$$n = \frac{(1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5) \times (120)}{(120-1)(0.10^2) + (1.96^2) \times (0.5) \times (0.5)}$$

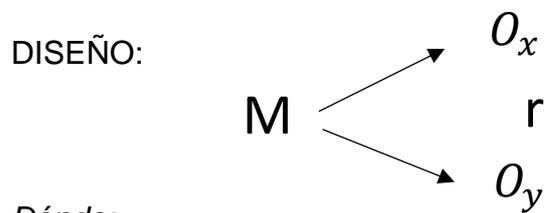
n = 54 personas

3.3. Diseño de investigación

3.3.1. Diseño de contrastación

Diseño no experimental transversal

Tiene como objetivo obtener una visión general y luego seguir con un experimento cuantitativo, para así centrarse en las razones subyacentes de los resultados generados.



Dónde:

M = Muestra

Ox = Gestión por procesos

Oy = Calidad de servicio

R = Relación entre las dos variables

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Técnicas

Encuesta

Instrumentos

Cuestionario, se realizó un cuestionario al personal de la empresa. Asimismo, se aplicó un cuestionario a los clientes de la empresa.

Estadísticas de fiabilidad – gestión por procesos

Alfa de Cronbach	N de elementos
.969	15

Fuente: Datos del programa Spss 24.

Estadísticas de fiabilidad – Calidad de servicio

Alfa de Cronbach	N de elementos
.986	17

Fuente: Datos del programa Spss 24.

Puntaje de los niveles de las variables y dimensiones:

Niveles	Malo	Regular	Bueno
Gestión por procesos	0 – 20	21 - 40	41 - 60
Personas	0 - 3	4 - 6	7 - 8
Recursos físicos	0 - 3	4 - 6	7 - 8
Planificación	0 - 8	9 – 16	17 – 24
Control del Proceso	0 - 7	8 – 14	15 - 20

Niveles	Bajo	Regular	Alto
Calidad de servicio	0 - 23	24 - 46	47 - 68
Recursos físicos	0 - 3	4 - 6	7 – 8
Confiabilidad	0 – 5	6 – 10	11 – 16
Respuesta	0 – 4	5 – 8	9 – 12
Accesibilidad	0 – 4	5 – 8	9 – 12
Satisfacción del Cliente	0 – 7	8 – 14	15 – 20

3.5. Procesamiento y análisis de datos

Para el procesamiento de datos de la presente investigación hemos empleado un sistema electrónico de cómputo: EXCEL.

Los resultados son presentados en tablas y figuras con su respectiva descripción y análisis.

Coefficiente de correlación: El coeficiente de correlación, pensado para variables cuantitativas (escala mínima de intervalo), es un índice que mide el grado de correlación entre distintas variables relacionadas linealmente.

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n\sum x^2 - (\sum x)^2][n\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Donde:

r: Correlación entre las variables

X : Desviación típica de la variable 1

Y: Desviación típica de la variable 2

X²: Varianza de la variable 1

Y²: Varianza de la variable 2

n: Número de muestra

Para el análisis de la correlación entre variables se tuvo en cuenta la siguiente escala (Hernández, Fernández y Baptista, 2014):

Valor	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Aplicando la estadística inferencial se utilizará la verificación de hipótesis se realizará mediante una prueba Chi cuadrado.

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

Dado que el nivel de significancia del valor de chi cuadrado es menor que 0.05 ($p < 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. Indicando que el modelo de gestión por procesos tiene influencia en la calidad de servicio de la empresa "Servicios generales y turismo Milagritos SAC".

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN Y DISCUSIÓN DE RESULTADOS

4.1. Generalidades de la empresa

1. Nombre de la empresa

RUC: 20481105928

Razón Social: Servicios Generales Y Turismo Milagritos S.A.C.

Página Web: <http://www.turismomilagritos.com.pe>

Nombre Comercial: Turismo Milagritos

Tipo Empresa: Sociedad Anonima Cerrada

2. Descripción de la empresa

La empresa “Servicios generales y turismo milagritos SAC.” fue creada en el 2005 en la provincia de Trujillo, región de La libertad, una empresa dedicada sector del transporte con el objetivo de ser la mejor empresa de transporte turístico del norte del Perú. Durante su historia la compañía se ha destacado por su confiabilidad, eficiencia y valor agregado a sus clientes, teniendo como aval la experiencia, así como excelentes instalaciones, y equipos, por la experiencia y calidad de nuestro servicio ha logrado mantenerse en el mercado regional gracias al esfuerzo diario de todo el personal.

Misión

Hacer de su viaje un verdadero placer; que nuestros pasajeros disfruten del tour, sintiéndose cómodos y seguros.

Visión

Ser la mejor empresa de transporte turístico del norte del Perú, por la experiencia y calidad de nuestro servicio.

Servicios

a) Transporte de pasajeros interprovincial - Virú

Pone a disposición del público el servicio interprovincial a la ruta del sur de La Libertad, de Trujillo para la provincia de Virú y viceversa, el mismo que brinda seguridad, comodidad a sus usuarios en las

diversas unidades del parque automotor que posee la empresa. El servicio es desde la terminal Santa Cruz.

b) Transporte de personal

La empresa ofrece el servicio de alquiler de buses por campañas a las empresas agroindustriales para el traslado de su personal a su centro de labores.

c) Servicio turístico

La empresa Turismo Milagritos pone a disposición más de 50 unidades modernas full equipo con todas las autorizaciones y documentos en regla de las unidades de transporte para turismo, recorridos y tours nacionales e internacionales operando en las rutas: a) Trujillo, hacia la sierra central, llegando a las ciudades de Quiruvilca, Huamachuco y Cajamarca e inversa. b) Trujillo a las ciudades del norte como Chiclayo, Piura, Tumbes llegando hasta Ecuador e inversa. c) Desde Trujillo a Tarapoto e inversa.

operando en las rutas: a) Parte desde Trujillo, hacia la sierra central, llegando a las ciudades de Quiruvilca, Huamachuco y Cajamarca e inversa. b) De la ciudad de Trujillo a las ciudades del norte como Chiclayo, Piura, Tumbes y Ecuador e inversa. c) Desde Trujillo a Tarapoto e inversa.

3. Objetivos estratégicos y metas

A. Objetivo general

a) Proporcionar medios y herramientas de gestión para conseguir el mejoramiento en la empresa.

B. Objetivos específicos

a) Cumplir con todas las normas nacionales de Seguridad, Salud y Ambiental.

b) Elaborar procedimientos de trabajo para mejorar continuamente las tareas a desarrollar.

c) Establecer programas de prevención de incidentes, enfermedades

ocupacionales y cuidado ambiental, mediante cursos, talleres y charlas.

- d) Preparar al personal de supervisión para asumir su responsabilidad en la prevención de incidentes que causen daños personales y al medio ambiente.
- e) Mantener un ambiente de trabajo bueno y seguro.
- f) Lograr en los trabajadores cambio de actitud en su comportamiento, manteniendo el interés por la seguridad.

C. METAS

- a) Identificar el 100% de las normas aplicadas a la empresa.
- b) Elaborar el 100% de los procedimientos de todas nuestras actividades.
- c) Investigar el 100% de los incidentes que ocurran en la empresa
- d) Lograr el 90% de asistencias a los cursos.
- e) Cumplir con el 100% del programa de capacitación
- f) Cumplir con el 100% de las Inspecciones planificadas.

3. Organigrama de la empresa

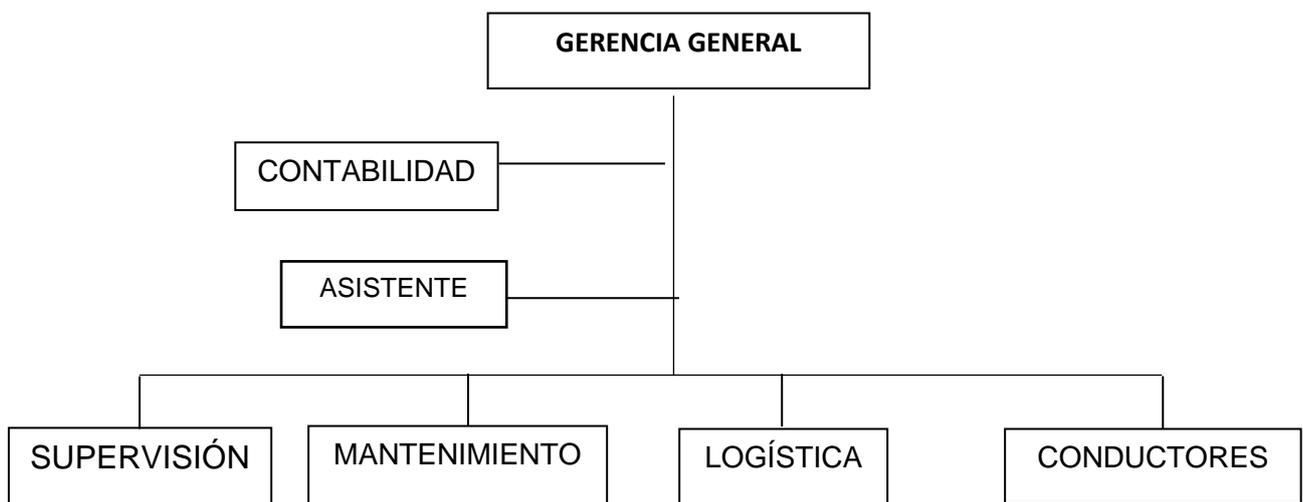


Figura 4: Organigrama de la empresa

5. Funciones

GERENTE GENERAL

Funciones:

- a) Asegurar todos los recursos necesarios, humanos y materiales, que posibiliten la implementación, desarrollo y ejecución de todas las actividades contenidas en el presente plan.
- b) Liderar y hacer cumplir el contenido del plan, manifestando un compromiso visible con las políticas de Seguridad Industrial, Salud Ocupacional y Medio Ambiente.
- c) Presidirá en dirigir el comité de Seguridad
- d) Representar a la empresa ante las autoridades Ministeriales y ante las empresas e las cuales se presta servicios en temas de gestión empresarial.

CONTADOR

Funciones:

- a) Se encarga de la apertura de los libros contables.
- b) Elabora el balance de los ingresos y gastos en el libro contable correspondiente.
- c) Establece los procedimientos para la gestión de la información financiera por medio de los registros contables.
- d) Estudia los estados financieros y analiza los registros contables.
- e) Certifica planillas para pago de impuestos.
- f) Garantiza que tanto los ingresos como los egresos de dinero hayan sido debidamente registrados.

SUPERVISOR DE SEGURIDAD

Funciones:

- a) Planificar cada tarea y dará a conocer los procedimientos de trabajo seguro al personal asignado.
- b) Dar a conocer a sus colaboradores las políticas de la empresa.
- c) Tomar todas las precauciones razonables para proteger a los trabajadores, identificando los peligros, evaluando y minimizando los riesgos,
- d) Asegura que los trabajadores cumplan con los estándares, procedimientos,

prácticas de trabajo seguro.

- e) Proporcionar a sus trabajadores a su cargo, los equipos de protección personal que se requiere.
- f) Participar en la investigación de todo incidente/accidente en que se encuentre involucrado su personal, con la finalidad de evitar su repetición.
- g) Capacitar, constantemente a todo su personal.
- h) Facilitar los primeros auxilios y a la evacuación del trabajador lesionado.
- i) Dar el ejemplo de no asistir a su centro de trabajo, bajo el consumo de alcohol y drogas.
- j) Ser miembro del comité de seguridad.

ASISTENTE

Funciones:

- a) Actualizar, recepcionar y registrar la documentación y correspondencia que ingresa a la Oficina del supervisor en la empresa de Servicios Generales y Turismo Milagritos S.A.C.
- b) Realizar las actividades de trámite, archivo y registro documentario en el sistema.
- c) Llevar el registro de cargos de correspondencia recibida, emitida y tramitada. Recepcionar y atender las llamadas telefónicas y atención a clientes para proporcionar información con respecto a la empresa.
- d) Distribuir documentos dentro y fuera de la oficina del Supervisor con los cargos de recepción correspondientes.
- e) Hacer cobranzas mensuales de los servicios que brinda la empresa a clientes que mantengan una deuda actual

JEFE DE MANTENIMIENTO

Funciones:

- a) Controla el mantenimiento y las reparaciones realizadas a los vehículos.
- b) Efectúa inspecciones a los vehículos que presentan fallas y recomienda las reparaciones pertinentes.
- c) Adquirir los repuestos de los vehículos en diversas casas proveedoras.
- d) Evalúa y controla el uso, salida y entrada de materiales, herramientas, repuestos, lubricantes y aceites utilizados en las unidades.

CONDUCTORES

Funciones:

- a) Cumplir con todos los Procedimientos Seguros, Estándares, normas de Seguridad y Conducta establecidas en la empresa.
- b) Presentarse puntualmente a su centro de trabajo, a la hora establecida.
- c) Asistir puntualmente y participar de las charlas de cinco minutos.
- d) Asistir puntualmente a todas las reuniones y cursos de capacitación en seguridad según el programa establecido.
- e) Deberá utilizar en todo momento el equipo de protección personal que la empresa les proporcione para su seguridad y no afecte su salud.
- f) Deberá mantenerse siempre su área de trabajo limpio, ordenado y en condiciones seguras.
- g) Informar de inmediato a su supervisor, de cualquier enfermedad o lesión que adolezca o cualquier condición peligrosa que detecten.
- h) No asistir a su centro de trabajo, bajo el consumo de alcohol y drogas.
- i) Deberá identificar, evaluar, controlar y reportar todos los peligros.

6. Análisis FODA

Fortalezas

- Lealtad de clientes.
- Experiencia en el rubro empresarial.
- Buena relación con sus proveedores.
- Puntualidad y responsabilidad abordó
- Ubicación estratégica de las agencias.
- Puntualidad en los horarios.
- Unidades propias

Oportunidades

- Crecimiento poblacional
- Aumento del salario mínimo
- Moneda nacional estable
- Convenios con agencias de turismo
- Aumento de la demanda de pasajes por turismo y en días festivos.

Debilidades

- Falta de promoción de los servicios por redes sociales.
- Pocas unidades, por lo que no se cubren la demanda
- Trabajadores no cumplan con las normas de la empresa.
- Similitud de servicios con otras empresas de turismo.

Amenazas

- Grandes empresas de transporte
- Tipo de cambio para comprar los repuestos importados de alto costo.
- Aumento del precio del combustible
- Accidentes de tránsito durante el viaje
- Desastres naturales.
- Mal estado de algunas carreteras.

7. Mapa de procesos

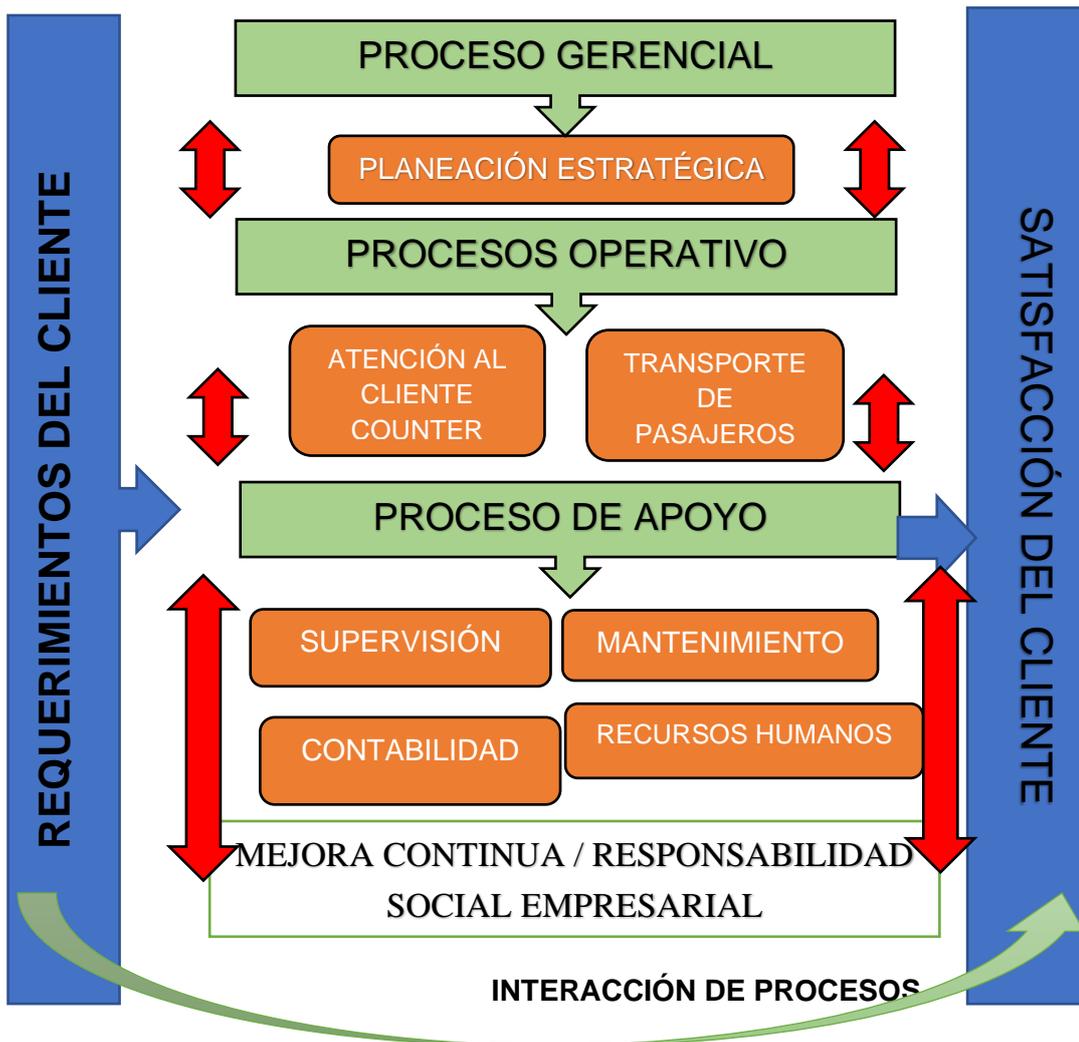


Figura 5. Mapas de procesos de atención al cliente.

4.2. Análisis e interpretación de resultados de encuesta aplicada al personal de la empresa.

Tabla 2

Conocimiento de objetivos y políticas de la empresa

	N°	%
Totalmente desacuerdo	5	9%
En desacuerdo	5	9%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	9	17%
De acuerdo	15	28%
Totalmente de acuerdo	20	37%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 37% indica está totalmente de acuerdo en tener claro los objetivos y políticas de la empresa y el 9% indica un totalmente desacuerdo en tener claro los conocimientos de objetivos y políticas de la empresa.

Tabla 3

Conocimiento del valor de su trabajo

	N°	%
Totalmente desacuerdo	10	19%
En desacuerdo	6	11%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	7	13%
De acuerdo	14	26%
Totalmente de acuerdo	17	31%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 31% indica está totalmente de acuerdo en tener claro el valor de su trabajo en la empresa y el 11% indica un desacuerdo en tener claro el conocimiento del valor de su trabajo en la empresa.

Tabla 4

Infraestructura alineada para apoyar los procesos

	N°	%
Totalmente desacuerdo	9	17%
En desacuerdo	19	35%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	3	6%
De acuerdo	9	17%
Totalmente de acuerdo	14	26%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 6% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo con la infraestructura alineada para apoyar los procesos y el 35% también están en desacuerdo.

Tabla 5

Tecnología adecuada para administración de información de clientes

	N°	%
Totalmente desacuerdo	11	20%
En desacuerdo	18	33%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	11%
De acuerdo	7	13%
Totalmente de acuerdo	12	22%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 11% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo con la tecnología adecuada para la administración de información de los clientes y el 33% también están en desacuerdo.

Tabla 6

Información actualizada solicitada por el gerente

	N°	%
Totalmente desacuerdo	12	22%
En desacuerdo	16	30%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	11%
De acuerdo	7	13%
Totalmente de acuerdo	13	24%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 11% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo con la información actualizada solicitada por el gerente y el 30% también están en desacuerdo.

Tabla 7

Utilización de flujogramas en el área de atención al cliente

	N°	%
Totalmente desacuerdo	8	15%
En desacuerdo	11	20%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	9	17%
De acuerdo	15	28%
Totalmente de acuerdo	11	20%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 15% opinaron en estar en totalmente en desacuerdo con la utilización de flujogramas en el área de atención al cliente y el 28% están de acuerdo con dicha utilización de flujogramas.

Tabla 8

Acciones necesarias para resultados planificados

	N°	%
Totalmente desacuerdo	12	22%
En desacuerdo	13	24%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	3	6%
De acuerdo	16	30%
Totalmente de acuerdo	10	19%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 6% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo con las acciones necesarias para obtener resultados planificados y el 30% también están en de acuerdo con estas acciones.

Tabla 9

Mejora continua de procesos en función a los tiempos

	N°	%
Totalmente desacuerdo	6	11%
En desacuerdo	15	28%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	3	6%
De acuerdo	14	26%
Totalmente de acuerdo	16	30%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 6% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo con la mejora continua de procesos en función a los tiempos y el 30% también están totalmente de acuerdo con esta mejora.

Tabla 10

Capacitaciones periódicas de atención al cliente

	N°	%
Totalmente desacuerdo	10	19%
En desacuerdo	8	15%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	3	6%
De acuerdo	14	26%
Totalmente de acuerdo	19	35%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 6% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo con las capacitaciones periódicas para la atención al cliente y el 35% también están totalmente de acuerdo con estas capacitaciones.

Tabla 11

Personal capacitado para situaciones de reclamos o errores

	N°	%
Totalmente desacuerdo	13	24%
En desacuerdo	18	33%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	9%
De acuerdo	10	19%
Totalmente de acuerdo	8	15%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 9% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo que exista personal capacitado para situaciones de reclamos o errores y el 33% también están en desacuerdo sobre dicho personal capacitado.

Tabla 12

Participación de los jefes en el área de atención

	N°	%
Totalmente desacuerdo	13	24%
En desacuerdo	13	24%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	9%
De acuerdo	11	20%
Totalmente de acuerdo	12	22%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 9% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo sobre la participación de los jefes en el área de atención y el 24% están en totalmente desacuerdo sobre la participación de los jefes.

Tabla 13

Adecuado ambiente laboral

	N°	%
Totalmente desacuerdo	12	22%
En desacuerdo	7	13%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	11	20%
De acuerdo	13	24%
Totalmente de acuerdo	11	20%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 13% opinaron en estar en desacuerdo sobre si existe un adecuado ambiente laboral y el 24% están en de acuerdo sobre que si existe un adecuado ambiente laboral.

Tabla 14

Reporte de incidencias en tareas programadas

	N°	%
Totalmente desacuerdo	8	15%
En desacuerdo	11	20%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	11	20%
De acuerdo	13	24%
Totalmente de acuerdo	11	20%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 15% opinaron en estar en totalmente en desacuerdo sobre el reporte de incidencias en tareas programadas y el 24% están en de acuerdo con el reporte de incidencias en tareas programadas.

Tabla 15

Preocupación por la calidad de atención al cliente

	N°	%
Totalmente desacuerdo	9	17%
En desacuerdo	11	20%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	11%
De acuerdo	14	26%
Totalmente de acuerdo	14	26%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 11% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo sobre la preocupación por la calidad de atención al cliente y el 26% están en totalmente de acuerdo sobre la preocupación por la calidad de atención al cliente.

Tabla 16

Aplicación de seguimiento de satisfacción

	N°	%
Totalmente desacuerdo	5	9%
En desacuerdo	5	9%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	8	15%
De acuerdo	20	37%
Totalmente de acuerdo	16	30%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 9% opinaron en estar totalmente en desacuerdo sobre la aplicación de seguimiento de satisfacción y el 37% están de acuerdo sobre la aplicación de seguimiento de satisfacción.

4.3. Análisis e interpretación de resultados de encuesta aplicada a los clientes.

Tabla 17

Personal con apariencia formal y agradable

	N°	%
Totalmente desacuerdo	5	9%
En desacuerdo	5	9%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	9	17%
De acuerdo	15	28%
Totalmente de acuerdo	20	37%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 9% opinaron en estar totalmente en desacuerdo sobre si el personal tiene apariencia formal y agradable y el 44% están de acuerdo con el mismo punto.

Tabla 18

Unidades modernas e instalaciones necesarias

	N°	%
Totalmente desacuerdo	10	19%
En desacuerdo	13	24%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
De acuerdo	24	44%
Totalmente de acuerdo	7	13%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 13% opinaron en estar totalmente de acuerdo sobre las unidades modernas e instalaciones necesarias y el 44% están de acuerdo sobre dichas unidades.

Tabla 19

Prioridad a los intereses de los clientes

	N°	%
Totalmente desacuerdo	10	19%
En desacuerdo	6	11%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	7	13%
De acuerdo	14	26%
Totalmente de acuerdo	17	31%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 11% opinaron en estar en desacuerdo sobre si es prioridad los intereses de los clientes y el 31% están totalmente de acuerdo sobre dichas prioridades.

Tabla 20

Seguridad y tranquilidad en las transacciones de los clientes

	N°	%
Totalmente desacuerdo	9	17%
En desacuerdo	12	22%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	10	19%
De acuerdo	9	17%
Totalmente de acuerdo	14	26%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 6% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo sobre la seguridad y tranquilidad en las transacciones de los clientes y el 26% están totalmente de acuerdo sobre la seguridad y tranquilidad.

Tabla 21

Trato servicial y amable de los conductores

	N°	%
Pésimo	11	20%
Malo	18	33%
Regular	6	11%
Bueno	7	13%
Excelente	12	22%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 33% opinaron que es malo el trato servicial y amable de los conductores y el 11% indican que es regular.

Tabla 22

Trato servicial y amable del personal del Counters

	N°	%
Pésimo	12	22%
Malo	16	30%
Regular	6	11%
Bueno	7	13%
Excelente	13	24%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 30% opinaron que es malo el trato servicial y amable del personal en el counters y el 11% indican que es regular.

Tabla 23

Atención personalizada a los clientes

	N°	%
Totalmente desacuerdo	8	15%
En desacuerdo	11	20%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	9	17%
De acuerdo	15	28%
Totalmente de acuerdo	11	20%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 15% opinaron en estar en totalmente desacuerdo sobre la atención personalizada a los clientes y el 28% están de acuerdo sobre la atención personalizada.

Tabla 24

Respeto en los tiempos de salida de los buses

	N°	%
Totalmente desacuerdo	15	28%
En desacuerdo	12	22%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	2	4%
De acuerdo	15	28%
Totalmente de acuerdo	10	19%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 4% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo con respecto en los tiempos de salida de los buses y el 28% están de acuerdo con los tiempos de salida de los buses.

Tabla 25

Conductores capacitados ante una eventualidad

	N°	%
Totalmente desacuerdo	9	17%
En desacuerdo	15	28%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	2	4%
De acuerdo	12	22%
Totalmente de acuerdo	16	30%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 4% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo sobre los conductores capacitados ante una eventualidad y el 30% están totalmente de acuerdo en cuanto a los conductores capacitados.

Tabla 26

Soluciones rápidas a los incidentes

	N°	%
Totalmente desacuerdo	10	19%
En desacuerdo	8	15%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	3	6%
De acuerdo	14	26%
Totalmente de acuerdo	19	35%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 6% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo sobre las soluciones rápidas a los incidentes y el 35% están totalmente de acuerdo con las soluciones rápidas.

Tabla 27

Precios transporte interprovincial

	N°	%
Totalmente desacuerdo	13	24%
En desacuerdo	10	19%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	9%
De acuerdo	18	33%
Totalmente de acuerdo	8	15%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 9% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo sobre los precios de transporte interprovinciales y el 33% están en de acuerdo con los precios de transporte interprovinciales.

Tabla 28

Precios de turismo

	N°	%
Totalmente desacuerdo	13	24%
En desacuerdo	13	24%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	5	9%
De acuerdo	11	20%
Totalmente de acuerdo	12	22%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 9% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo con respecto a los precios de turismo y el 24% están totalmente en desacuerdo con los precios de turismo.

Tabla 29

Descuentos por campaña o fechas especiales

	N°	%
Totalmente desacuerdo	12	22%
En desacuerdo	7	13%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	11	20%
De acuerdo	13	24%
Totalmente de acuerdo	11	20%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 13% opinaron en estar en desacuerdo con respecto a los descuentos por campaña o fechas especiales y el 24% están de acuerdo con los descuentos.

Tabla 30

Calificación del servicio de la empresa

	N°	%
Pésimo	8	15%
Malo	11	20%
Regular	13	24%
Bueno	11	20%
Excelente	11	20%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 15% opinaron que es pésimo la calificación del servicio de la empresa y el 24% indican que es regular el servicio de la empresa.

Tabla 31

La empresa cumple expectativas

	N°	%
Totalmente desacuerdo	9	17%
En desacuerdo	11	20%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	6	11%
De acuerdo	14	26%
Totalmente de acuerdo	14	26%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 11% opinaron en estar ni de acuerdo ni desacuerdo con respecto si la empresa cumple con las expectativas y el 26% están totalmente de acuerdo con que la empresa si cumple con las expectativas.

Tabla 32

Satisfacción del servicio que ofrece el personal de atención al cliente

	N°	%
Totalmente desacuerdo	5	9%
En desacuerdo	5	9%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	8	15%
De acuerdo	20	37%
Totalmente de acuerdo	16	30%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 9% opinaron en estar totalmente en desacuerdo en cuanto a la satisfacción del servicio que ofrece el personal de atención al cliente y el 37% están de acuerdo con la satisfacción del servicio que ofrece el personal.

Tabla 33

Recomendación del servicio

	N°	%
Totalmente desacuerdo	10	19%
En desacuerdo	12	22%
Ni de acuerdo ni desacuerdo	0	0%
De acuerdo	23	43%
Totalmente de acuerdo	9	17%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

Interpretación: De los datos obtenidos el 19% opinaron en estar totalmente desacuerdo en recomendar el servicio y el 43% están de acuerdo en recomendar el servicio.

4.4. Identificación del nivel de la gestión de procesos en el área de atención del cliente de la empresa Servicio Generales y Turismo Milagritos SAC en Trujillo

Tabla 34

Nivel de gestión de procesos en el área de atención al cliente.

	N°	%
Malo	3	6%
Regular	37	69%
Bueno	14	26%
Total	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

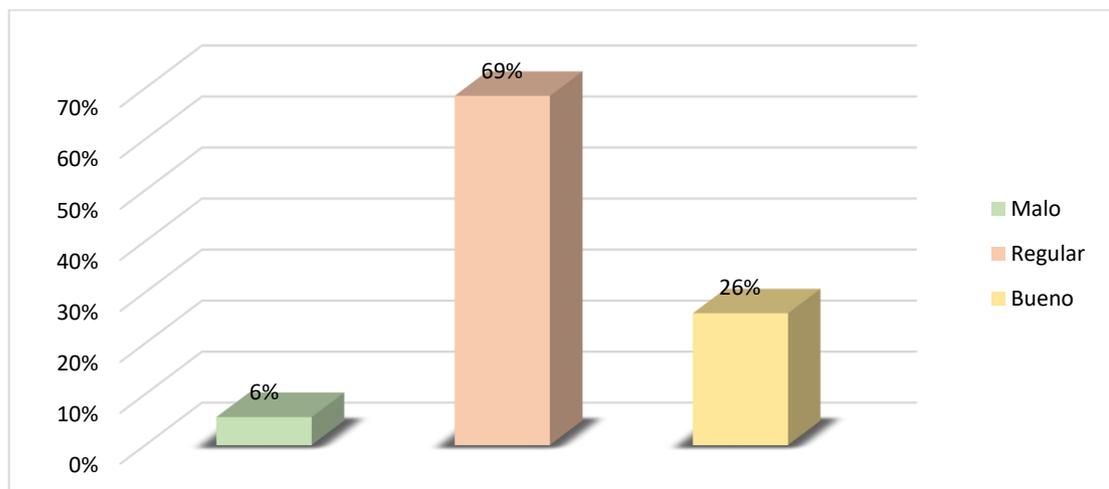


Figura 6: Nivel de gestión de procesos en el área de atención al cliente.

Interpretación: De los datos obtenidos el nivel de la gestión de procesos en el área de atención al cliente es regular del 69%, seguido de un nivel alto de 26% y por último un nivel bajo del 6%.

4.5. Identificación de las dimensiones del nivel de la gestión de procesos en el área de atención del cliente de la empresa Servicio Generales y Turismo Milagritos SAC en Trujillo

Tabla 35

Nivel de las dimensiones de la gestión de procesos en el área de atención al cliente.

Niveles	Personas		Recursos físicos		Planificación		Control del proceso	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Malo	12	22%	25	46%	11	20%	12	22%
Regular	22	41%	18	33%	31	57%	28	52%
Bueno	20	37%	11	20%	12	22%	14	26%
Total	54	100%	54	100%	54	100%	54	100%

Fuente: Encuesta a trabajadores, octubre 2018.

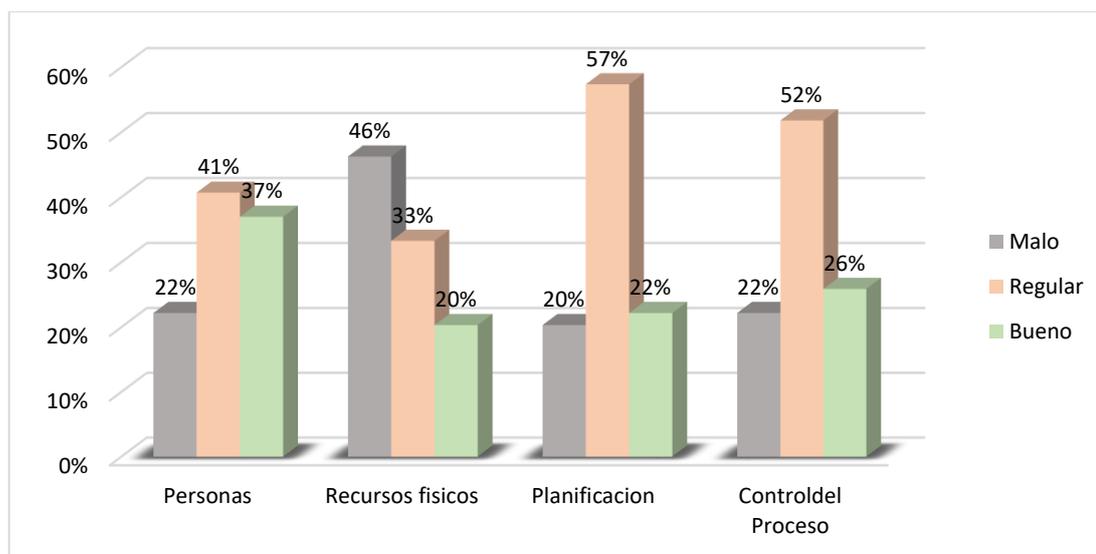


Figura 7: Nivel de las dimensiones de la gestión de procesos en el área de atención al cliente.

Interpretación: De los datos obtenidos sobre las dimensiones del nivel de la gestión de procesos en el área de atención al cliente, en la dimensión de personas es de un nivel regular del 41%, en los recursos físicos un nivel malo con un 46%, en planificación un nivel regular de 57% y en control del proceso un nivel regular del 52%.

4.6. Identificación del nivel de la calidad de servicio en el área de atención del cliente de la empresa Servicio Generales y Turismo Milagritos SAC en Trujillo.

Tabla 36

Nivel de la calidad de servicio en el área de atención al cliente.

	N°	%
Bajo	4	7%
Regular	41	76%
Alto	9	17%
Total	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

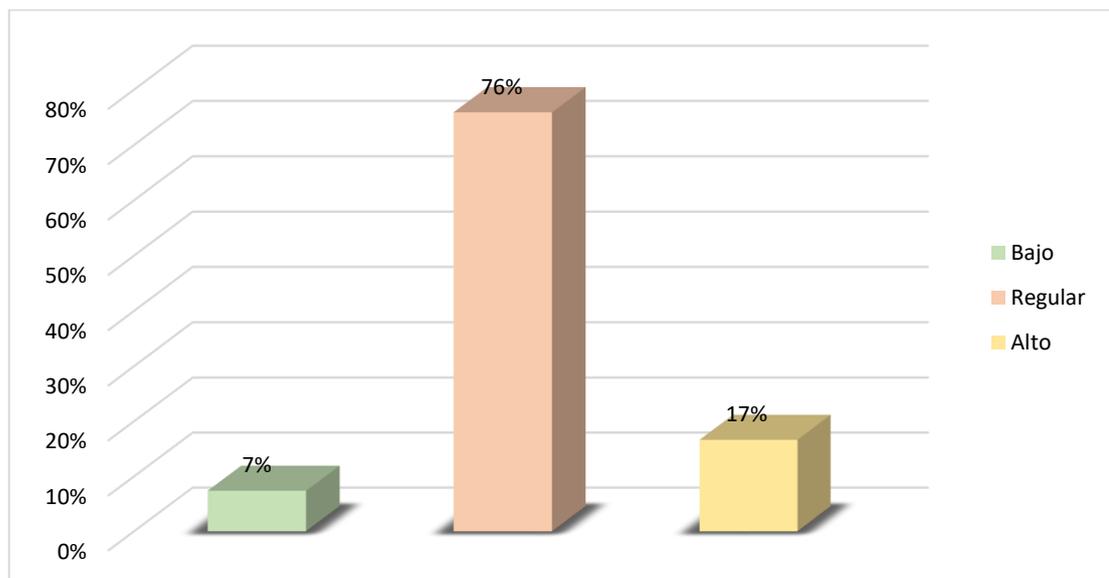


Figura 8: Nivel de la calidad de servicio en el área de atención al cliente.

Interpretación: De los datos obtenidos el nivel de calidad de servicio en el área de atención al cliente es regular del 76%, seguido de un nivel alto de 17% y por último un nivel bajo del 7%.

4.7. Identificación de las dimensiones del nivel de la calidad de servicio en el área de atención del cliente de la empresa Servicio Generales y Turismo Milagritos SAC en Trujillo

Tabla 37

Nivel de las dimensiones de la calidad de servicio en el área de atención al cliente.

Niveles	Recursos físicos		Confiabilidad		Respuesta		Accesibilidad		Satisfacción del Cliente	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Bajo	13	24%	15	28%	17	31%	17	31%	7	13%
Regular	28	52%	21	39%	20	37%	22	41%	36	67%
Alto	13	24%	18	33%	17	31%	15	28%	11	20%
Total	54	100%	54	100%	54	100%	54	100%	54	100%

Fuente: Encuestas a clientes, octubre 2018.

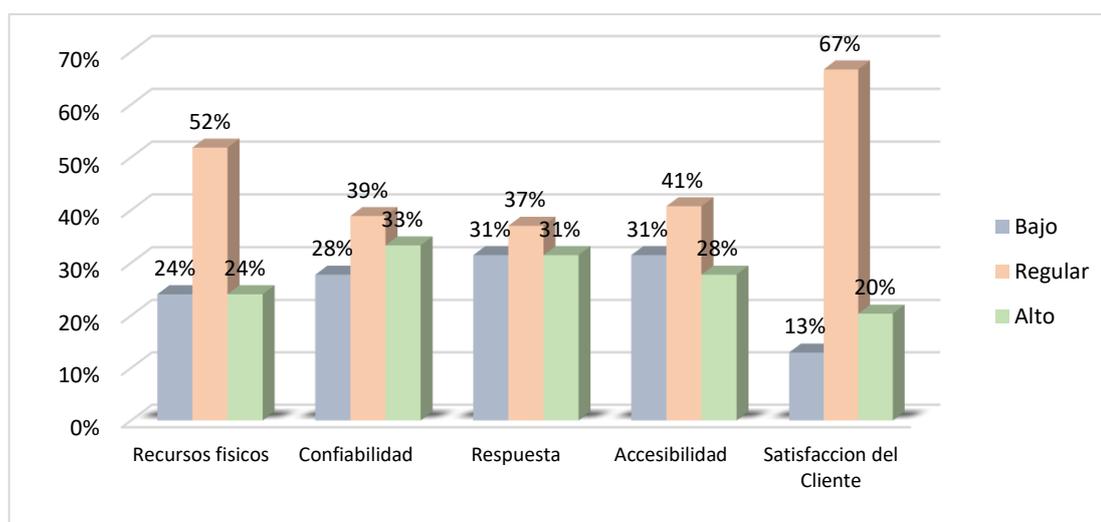


Figura 9: Nivel de las dimensiones de la calidad de servicio en el área de atención al cliente.

Interpretación: De los datos obtenidos en cuanto al nivel de las dimensiones de la calidad de servicio en el área de atención al cliente, en los recursos físicos es de un nivel regular de 52%, en confiabilidad con un nivel regular del 39%, en respuesta de un nivel regular del 37%, en accesibilidad un nivel regular del 41% y en la satisfacción del cliente con un 67%.

4.8. Determinación de la influencia la gestión por procesos en la calidad de servicio del área de atención al cliente de la empresa Servicios generales y turismo milagritos S.A.C del distrito de Trujillo 2018.

Tabla 38

Influencia la gestión por procesos en la calidad de servicio del área de atención al cliente

		Calidad de Servicio			Total	Correlación de Rho de Spearman		Contrastación de Hipótesis			
		Alto	Bajo	Regular		Correlación	Sig. (bilateral)	gl	Chi-cuadrado	Sig. (bilateral)	
Gestión de Procesos	Bueno	N°	9	0	5	0.949	0.000	4	70.064	0.000	
		%	16.7%	0.0%	9.3%						25.9%
	Malo	N°	0	3	0						3
		%	0.0%	5.6%	0.0%						5.6%
	Regular	N°	0	1	36						37
		%	0.0%	1.9%	66.7%						68.5%
Total	N°	9	4	41	54						
	%	16.7%	7.4%	75.9%	100.0%						

Fuente: Datos obtenidos del Spss 24.

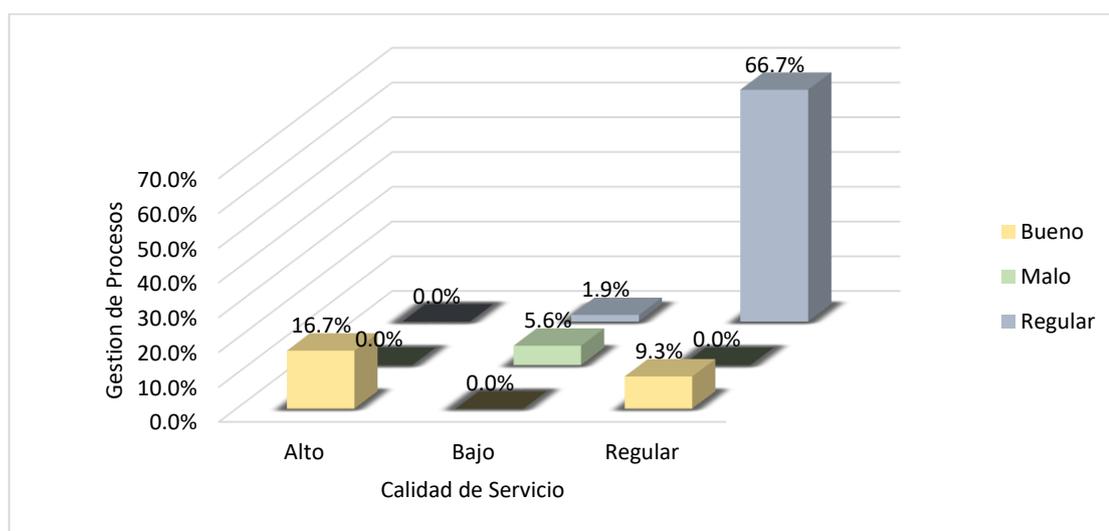


Figura 10: Influencia la gestión por procesos en la calidad de servicio del área de atención al cliente.

Interpretación: De los datos obtenidos en cuanto a la influencia de la gestión de procesos y la calidad de servicio existe una vinculación entre ambos niveles regulares con un 66.7% y un nivel bueno con alto a un 16.7%, teniendo una correlación positiva muy alta con un valor de 0.949, y contrastando la hipótesis con un valor de chi cuadrado de 70.064 con un valor de $p = 0.000$, el cual menciona que la variable de gestión de procesos influye en la calidad de servicio en el área de atención al cliente a un nivel de significancia del 5%.

4.9. Discusión de resultados

Con respecto al objetivo general de la investigación en la determinación de la influencia de la gestión de procesos y la calidad de servicio existe una vinculación entre ambos niveles regulares con un 66.7% y un nivel bueno con alto a un 16.7%, teniendo una correlación positiva muy alta con un valor de 0.949, y contrastando la hipótesis con un valor de chi cuadrado de 70.064 con un valor de $p = 0.000$, el cual menciona que la variable de gestión de procesos influye en la calidad de servicio en el área de atención al cliente a un nivel de significancia del 5%.

Para Rodríguez (2015), la gestión por procesos constituye una óptima estrategia de mejora de calidad total, se sustenta en el aumento del rendimiento de las organizaciones, en la búsqueda de la satisfacción de los clientes y las estrategias dirigidas a la mejora continua en las actividades que se realizan. En un mundo evolucionario en donde las exigencias de los clientes y sus necesidades están en permanente cambio se requiere un servicio de calidad en la que se garantice una atención eficiente a los clientes.

En cuanto al primer objetivo específico: Identificación de la gestión de procesos en el área de atención al cliente en la empresa Servicios generales y turismo milagritos S.A.C del distrito de Trujillo 2018, (tabla 2 a la tabla 16), se obtuvo los siguientes datos del personal, que el 37% está totalmente de acuerdo en tener claro los objetivos y políticas de la empresa, el 31% está totalmente de acuerdo tener claro el valor de su trabajo, un 35% está en desacuerdo con la infraestructura que apoya a los procesos, también el 33% está en desacuerdo con la tecnología usada para administrar la información del cliente, asimismo el 30% está en desacuerdo con la información actualizada que solicita el gerente, un 28% está de acuerdo con el uso de flujogramas en el área de atención, el 30% de los empleados está de acuerdo en tomar acciones necesarias para planificar los resultados en la atención, el 30% del personal está totalmente de acuerdo en tener una mejora continua de los procesos en función de los tiempos, también el 35% está totalmente de acuerdo con las capacitaciones periódicas para mejorar la atención al cliente,

el 33% del personal está en desacuerdo de ser capacitado para atender las situaciones de reclamos o errores en la atención, el 24% del personal está en total desacuerdo que los jefes participen en el área de atención, un 24% está de acuerdo con el ambiente laboral que existe, también un 24% está de acuerdo con hacer reportes de las incidencias de las tareas programadas, el 26% está totalmente de acuerdo en tener preocupaciones por la calidad de atención al cliente, y el 37% del personal está de acuerdo en dar seguimiento para mejorar la satisfacción del cliente.

Todo lo expresado concuerda con López (2014) en su tesis indicando que un planteamiento de solución para mejorar la gestión de producción en la empresa, es mediante las capacitaciones al personal y la implementación señalética de procesos, con la cual espera un incremento en su productividad, reduciendo al mínimo los costos de operación, ocasionadas por fallas tanto de los operarios como del personal administrativo, con esto se espera tener a los clientes satisfechos ofreciéndoles un buen servicio de acuerdo a sus necesidades y reafirma lo planteado por Fernández y Ramírez (2017) que la gestión por procesos es la estrategia de mejora de todas las actividades de la empresa, busca desarrollar mecanismos que permitan mejorar el desempeño de todos los procesos, es decir, la optimización de las funciones vinculas con la reducción de costos, incremento de la productividad y mejora de la calidad.

Con respecto al segundo objetivo específico: Describir la calidad de servicio del área de atención al cliente (Tabla 17 a la tabla 33), dieron como resultados que, 44% de los clientes está de acuerdo con la apariencia formal y agradable del personal, el 37% de los clientes está totalmente de acuerdo que se debe utilizar unidades modernas y tener las instalaciones necesarias, el 31% está totalmente de acuerdo que se debe tener prioridad a los intereses de los clientes, el 26% de los clientes está totalmente de acuerdo que se debe dar seguridad y tranquilidad en las transacciones de los clientes, el 33% de los clientes manifiesta que están en desacuerdo con el trato servicial y amabilidad de los conductores, de igual modo el 30% de los clientes están en desacuerdo con el trato servicial y amable de los Counters, el 28% de los clientes están de acuerdo que debe haber un atención personalizada hacia

los clientes, el 28% están de acuerdo con los tiempos de salida de los buses, el 30% de los clientes están totalmente de acuerdo que los conductores deben estar capacitados para cualquier eventualidad, el 35% está totalmente de acuerdo que la empresa debe dar soluciones rápidas ante los incidentes, un 33% de los clientes están en desacuerdo con los precios del transporte interprovincial, también un 24% están totalmente en desacuerdo con los precios de turismo, el 24% de los clientes está de acuerdo que debe haber descuentos por campañas o fechas especiales en la empresa, el 24% de los clientes está de acuerdo con el servicio de la empresa, el 26% está totalmente de acuerdo en que la empresa cumple con sus expectativas, el 37% está de acuerdo en cuanto a la satisfacción del servicio que ofrece el área de atención al cliente y un 43% de los clientes están de acuerdo en recomendar el servicio a otras personas.

Esto coincide con lo mencionado con Evans & Lindsay (2008), el aseguramiento de la lealtad se refiere a cualquier actividad planeada y sistemática dirigida a proveer a los clientes productos de calidad apropiada, junto con la confianza de que los productos satisfacen los requerimientos de los clientes. Y tal como lo plantea Para Riveros, (2007) la capacidad de respuesta se refiere a la disposición de la empresa para dar respuesta ágil y oportuna a los clientes y proporcionar un servicio rápido, que preferiblemente supere sus expectativas. Un trabajador bien capacitado en su trabajo realizará una buena actividad.

En cuanto al tercer objetivo específico: Analizar el nivel de la gestión de procesos y sus dimensiones del área de atención al cliente de la empresa Servicios generales y turismo milagritos S.A.C del distrito de Trujillo 2018, el nivel de la gestión de procesos (Tabla 34), es regular del 69%, seguido de un nivel alto de 26% y por último un nivel bajo del 6%. En cuanto a sus dimensiones (tabla 35), en la dimensión de personas es de un nivel regular del 41%, en los recursos físicos un nivel malo con un 46%, en planificación un nivel regular de 57% y en control del proceso un nivel regular del 52%.

Tal como lo define Pérez (2010) que tiene mucho sentido estructurar a la organización bajo la visión de procesos, desde su planteamiento estratégico hasta su organización operativa, de tal forma que se pueden crear esquemas de responsabilidad compartida hasta la entrega de un producto o servicio, incluyendo indicadores estratégicos, tácticos y operacionales. La administración por procesos permite entonces visualizar a la organización como un sistema diseñado para satisfacer las necesidades de clientes internos como externos.

Por último, el cuarto objetivo específico: El análisis del nivel de la calidad de servicio y sus dimensiones del área de atención al cliente de la empresa Servicios generales y turismo milagritos S.A.C del distrito de Trujillo 2018, se pudo obtener resultados que el nivel de la calidad de servicio (Tabla 36), es regular del 76%, seguido de un nivel alto de 17% y por último un nivel bajo del 7%. En cuanto a sus dimensiones (tabla 37), en la dimensión de los recursos físicos es de un nivel regular de 52%, en confiabilidad con un nivel regular del 39%, en capacidad respuesta da un nivel regular del 37%, en accesibilidad un nivel regular del 41% y en la satisfacción del cliente con un 67%.

Tal como Liza y Siancas (2016) en su tesis indica que se ha comprobado que el cliente no tiene una expectativa única para todas las dimensiones, todas ellas son diferentes. Prima una expectativa mayor en “Bienes Tangibles” y “Confiabilidad”, mientras en la “Capacidad de Respuesta” y “Empatía”, son las variables (dimensiones) que deben ser el foco de atención de la entidad, pues son los que poseen los niveles de percepción más bajos.

Asimismo, afirma lo planteado por Dessler (2009) que la evolución de la calidad de servicio al cliente nos permite conocer el nivel de servicio que los clientes perciben que están recibiendo de la organización. Estos resultados además de ser utilizados para mejorar los servicios que los usuarios desean, permite comparar directamente a la organización con otras de similares características permite conocer también el nivel de satisfacción del cliente.

CONCLUSIONES

1. Se concluye que la variable de gestión de procesos influye en la calidad de servicio en el área de atención al cliente a un nivel de significancia del 5%, teniendo una correlación positiva muy alta con un valor de 0.949, y contrastando la hipótesis con un valor de chi cuadrado de 70.064 con un valor de $p = 0.000$.
2. Se identificó que en la gestión de procesos en el área de atención al cliente en la empresa se está totalmente de acuerdo en tener claro los objetivos y políticas de la empresa y el valor de su trabajo, el uso de flujogramas en el proceso de atención, que se toman acciones necesarias para planificar los resultados en la atención, la mejora continua con capacitaciones periódicas que ayuda a mejorar la atención al cliente y preocupación de dar seguimiento para mejorar la satisfacción del cliente.
3. En cuanto a calidad de servicio los clientes está de acuerdo con la apariencia formal y agradable del personal, con las unidades e instalaciones modernas, en la seguridad y tranquilidad en las transacciones, el profesionalismo de los conductores, en las soluciones rápidas antes los incidentes calificando como regular el servicio de la empresa, sin embargo el trato del personal que se brinda a los clientes no es servicial y amable por parte de conductores y el personal que se encuentra en el counters y muestran desconformidad en los precios del servicio interprovincial y turismo, siendo un punto de mejora también la puntualidad de los buses.
4. El nivel de la gestión de procesos es regular del 69%, en cuanto a sus dimensiones, en la dimensión de personas es de un nivel regular del 41%, en los recursos físicos un nivel malo con un 46%, en planificación un nivel regular de 57% y en control del proceso un nivel regular del 52%.
5. El nivel de la calidad de servicio es regular del 76%, en cuanto a sus dimensiones, en la dimensión de los recursos físicos es de un nivel regular de 52%, en confiabilidad con un nivel regular del 39%, en respuesta de un nivel regular del 37%, en accesibilidad un nivel regular del 41% y en la satisfacción del cliente con un 67%.

RECOMENDACIONES

1. Realizar una propuesta de gestión por procesos por parte de los responsables de la gerencia ya que éste es el principio de un proceso de mejora continua que involucrará el compromiso de todos y cada uno de los miembros de la empresa para obtener los mejores resultados
2. Se recomienda mayor supervisión durante el proceso de atención al cliente que se está brindando, para ello un protocolo formal de atención al cliente vía telefónica y presencial y ayudas visuales sobre sus funciones ayudará que se ejecuten coordinadamente los contratos, reconocer los problemas y dar soluciones efectivas para mantener y atraer más a los clientes.
3. Se recomienda al gerente y a todo el personal en general continuar con la mejora constante otorgándoles seguridad y confianza, demostrando empatía, donde prevalezca la responsabilidad, eficiencia y atención personalizada realizando encuestas post eventos para saber si el servicio cumplió con las expectativas y desarrollar reuniones periódicas con el equipo capacitando sobre buen servicio al cliente.
4. Convertir el seguimiento y control del proceso en el trabajo diario de la empresa, el equipo de trabajo debe estar centrado en los objetivos, muy motivado con reconocimientos de desempeño, tener voluntad de ayudar y tener grandes expectativas de la obtención de resultados sobre las metas establecidas.
5. Seguir capacitando en relación a la calidad del servicio al personal para mantener la lealtad con el cliente, ya que en el momento de aplicarla el cliente entra en contacto con la organización y depende de esa primera impresión si se sigue o no, usando el servicio y elaborar una evaluación de calidad del servicio para los colaboradores con respecto al puesto que desempeño.

REFERENCIAS

Libros

- Alen, M., y Fraiz, B. (2006). *Relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del consumidor*.
- Blanco, M. Á. (2012). *Atención básica al cliente*. Málaga, España: IC.
- Carrasco, J. (2008). *Gestión de procesos (5 ed.)*. Santiago de Chile: Evolución.
- Dessler, J. (2009). *Administración de personal*. México: Prentice-Hall.
- Fernández, P., y Bajac, H. (2003). *La gestión del marketing de servicios*. Buenos Aires, Argentina: Granica.
- Evans, J., y Lindsay, M. (2008). *Administración y Control de la Calidad*. México: Cengage Learning
- Fernández, A. (2010). *Gestión por procesos (4 ed.)*. Colombia: QAEC
- Herrera, T. (2011). *La calidad en los servicios ISO 9000:2000*. Bogotá: Corporación para la gestión del conocimiento ASD 2000.
- Hitpass, B. (2013). *Business Process management fundamentos y conceptos de implementación*. Chile: BHH Ltda.
- Ibáñez, T. (2007). *Calidad de servicio y calidad de vida*: Revista de psicología social aplicada.
- Juran, J. (2007). *Architect of Quality: The autobiography of Dr. Joseph M, Juran*. New York City: McGraw-Hill.
- Kotler, P., Bloom, S., y Hayes, T. (2014). *El marketing de Servicios Profesionales*. Editorial Paidós SAICF.
- Pérez, J. (2010). *Gestión por Procesos (4 ed.)*. Colombia: Editorial Alfa Omega.
- Riveros, S. P. (2007). *Sistema de Gestion de la Calidad del Servicio*. Bogotá: Ecoe.
- Serna, H. (2006). *Conceptos básicos. En Servicio al cliente* Colombia: Panamericana editorial Ltda, Págs.19-27.
- Talavera, C. (2009). *Calidad Total en la Administración Pública*. Granada: Centro de Estudios Municipales y de Cooperación Internacional. ISBN

Tello, M. (2013). *Mapa de procesos, tipos definiciones y desarrollo*.

Tesis

Fernández y Ramírez (2017). *Propuesta de un plan de mejoras, basado en gestión por procesos, para incrementar la productividad en la empresa Distribuciones A & B* (tesis pregrado) Universidad Señor De Sipán. Pimentel, Perú.

Gamarra y Delgado (2016). *Calidad del servicio de transporte público urbano en la ciudad del Cusco 2014* (tesis pregrado) Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Cusco, Perú

Gutiérrez (2017). *Diseño de un modelo de gestión por procesos y su influencia en la dirección estratégica de la empresa Ponci Plus S.A.C., Trujillo 2017* (tesis pregrado) Universidad Privada del Norte. Trujillo, Perú.

León y Pitalua (2011). *Evaluación de la calidad del servicio al cliente en la terminal de transporte de Cartagena* (tesis pregrado) Universidad de Cartagena, Colombia.

Liza y Siancas (2016). *Calidad de Servicio y Satisfacción del Cliente en una Entidad Bancaria de Trujillo, 2016* (tesis pregrado) Universidad Privada del Norte. Trujillo, Perú.

López, (2014) *Los procesos de producción de la empresa LavaJeans y la satisfacción del cliente externo, del cantón Ambato Provincia de Tungurahua. Ambato* (tesis pregrado) Universidad Técnica de Ambato

Mendoza (2016). *Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la Empresa de Transporte Público Interprovincial "EMTRAFESA S.A.C." Trujillo 2014* (tesis pregrado) Universidad Nacional de Trujillo. Trujillo, Perú.

Saud (2014). *Análisis y estrategia comercial de un modelo de Gestión por procesos en el sector transporte. Caso: Empresa JT Logistics de la provincia de Pichincha* (tesis pregrado) Universidad Internacional del Ecuador. Quito, Ecuador.

Vargas (2016). *Implementación de una gestión por procesos bajo la metodología PHVA para la mejora de la calidad del servicio al cliente interno proporcionado por el área de recursos humanos de la empresa lives S.A.C*

de barranco, Lima – Perú en el año 2016 (tesis pregrado) Universidad Nacional Santiago Antúnez De Mayolo. Lima, Perú.

Link

Alegre, M. (2016). *Consortio de investigación economía y social*. Recuperado en la página web: <http://www.cies.org.pe>

Alteco, I. (2013). *Diagrama de flujo en gestión de procesos*. Recuperado de: <http://www.aiteco.com/que-es-un-diagrama-de-flujo/>

Bravo, J (2011). *Gestión de procesos alineados con la estrategia*. Recuperado en: www.evolucion.cl/resumenes/Resumen_libro_Gestion_de_procesos_JBC_2011.pdf

Camacho, J (2010). *El Cliente y la empresa*. Recuperado de la página web:<http://www.eumed.net/libros/2011a/894/EL%20CLIENTE%20Y%20LA%20EMPRES>

Cámara Nacional de Turismo (2016). *“Turismo y Transporte”*. Disponible en la página web: <http://www.portaldeturismo.pe>

Díaz, R. (2013). *Sistema de información basado en el enfoque por procesos para mejorar la eficiencia operativa*. Recuperado en la página web: <http://repositorio.uncp.edu.pe/bitstream/handle/UNCP>

López, M. (2013). *Importancia de la calidad del servicio al cliente para el funcionamiento de las empresas*. Recuperado en la página web:<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no82/Pacioli-82.pdf>

Macías, M. (2012). *Gerencia del servicio: alternativa para la competitividad*. Bogotá, Colombia: Digiprint Editores. Obtenido de <http://site.ebrary.com/lib/bibsipansp/detail.action?docID=10559621&p00=buen+servicio +basta>

Martínez Muñoz, Larisa (2007). *Consideraciones Teóricas sobre la Atención al Cliente*, Documento, Universidad de la habana, Recuperado el 14 de noviembre del 2018 de <http://www.eumed.net/ciel>

Ministerio de transportes y comunicaciones (2017). *Anuario estadístico*. Disponible en:

http://portal.mtc.gob.pe/estadisticas/publicaciones/anuarios/ANUARIO_ESTADISTICO_2017.pdf

Sgp.pcm. (2015). *Secretaría de gestión pública de la presidencia del consejo de ministros*. Recuperado de

http://sgp.pcm.gob.pe/wpcontent/uploads/2015/03/Metodologia_de_GxP.pdf

Suárez, M. (2011). *Método de diseño para gestión por procesos*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/metodo-diseno-gestion-por-procesos/>

Vásquez, M (2007). *La Calidad, el concepto actual que debe ser manejado adecuadamente por los gerentes y funcionarios de toda organización*. Artículo disponible en la página web: <http://www.degerencia.com.mht/inci>.

Vives, J. M. (2013). *ALTACUNCTA. Blog en español sobre el pensamiento Lean*. Recuperado el 11 de 04 de 2016, de 07 consejos para hacer PDCA O PDSA y obtener beneficios: <https://altacuncta.wordpress.com/tag/deming/>

ANEXOS

ANEXOS 01

CUESTIONARIO PARA PERSONAL DEL ÁREA DE ATENCIÓN AL CLIENTE DE LA EMPRESA

DATOS GENERALES: SEXO: M () F () EDAD:

Instrucciones: La presente encuesta tiene como principal objetivo obtener información relevante sobre los procesos dentro del área de atención al cliente. Pedimos a usted por favor que sus respuestas sean objetivas, pertinentes y claras de tal forma que nos puedan generar información exacta sobre la realidad de los hechos.

NOTA: Al momento de elegir una respuesta marcar con una "X" dentro del recuadro según la opción que usted eligió.

DIMENSIÓN	PREGUNTAS
Personas	1. ¿El personal tiene claro los objetivos y políticas de la empresa relacionadas con la gestión por procesos? 2. ¿El personal conoce, como su trabajo afecta a la empresa?
Recursos físicos	3. ¿La empresa tiene alineada su infraestructura para apoyar directamente a los procesos? 4. ¿Se cuenta con la tecnología adecuada para administrar la información de sus clientes?
Planificación	5. ¿El personal de atención al cliente tiene al día la información solicitada por gerencia? 6. ¿El personal utiliza flujogramas de información en el área de atención para facilitar en el desarrollo de su trabajo? 7. ¿Está de acuerdo que se plantean acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados de los procesos? 8. ¿Se realiza continuamente una mejora en el proceso de atención al cliente en función a los tiempos en la empresa? 9. ¿El personal reciben capacitaciones periódicas para fortalecer y especializar en atención al cliente? 10. ¿El personal está capacitado para resolver situaciones de reclamos o admisión de errores?
Control del proceso	11. ¿Los jefes se involucran en el área para facilitar la mejora motivacional del personal? 12. ¿Está de acuerdo que el ambiente laboral en el área es el más adecuado? 13. ¿Se reportan las incidencias diarias del servicio suscitadas en la ejecución de las tareas programadas? 14. ¿La empresa se preocupa por la calidad de atención que brinda al cliente? 15. ¿Se aplica el seguimiento de satisfacción, a través de las encuestas periódicas?

Alternativas	Puntaje
Totalmente desacuerdo	0
En desacuerdo	1
Ni de acuerdo ni desacuerdo	2
De acuerdo	3
Totalmente de acuerdo	4

ANEXOS 02

CUESTIONARIO PARA CLIENTES

DATOS GENERALES:

SEXO: M () F ()

FECHA: /...../.....

Instrucciones: La presente encuesta tiene como principal objetivo obtener información relevante sobre las percepciones del servicio recibido. Pedimos a usted por favor que sus respuestas sean objetivas, pertinentes y claras de tal forma que nos puedan generar información exacta sobre la realidad de los hechos.

NOTA: Al momento de elegir una respuesta marcar con una "X" dentro del recuadro según la opción que usted eligió.

DIMENSIÓN	PREGUNTAS
Recursos físicos	1. ¿El personal tienen una apariencia formal y agradable? 2. ¿La empresa cuenta con todas las unidades modernas e instalaciones necesarias para sentirse satisfecho?
Confiabilidad	3. ¿Se siente seguro y tranquilo en sus transacciones con la empresa? 4. ¿El personal prioriza sus intereses? 5. ¿Considera un trato amable y servicial de los conductores al momento del embarque? 6. ¿Considera un trato amable y servicial del personal del Counters de la empresa?
Respuesta	7. ¿La empresa respeta los tiempos de llegada y salida de los buses para el servicio? 8. ¿Los conductores que hacen las rutas, están bien capacitados ante cualquier eventualidad en el transcurso del viaje? 9. ¿La empresa da soluciones rápidas a los incidentes que puedan ocurrir en el servicio?
Accesibilidad	10. ¿Cómo considera los precios brindados a los clientes de transporte interprovincial? 11. ¿Cómo considera los precios brindados a los clientes de servicio turístico? 12. ¿La empresa ofrece descuentos por campañas o fechas especiales a sus clientes?
Satisfacción del cliente	13. ¿El personal brinda a sus clientes atención personalizada de la información sobre los servicios? 14. ¿Cómo califica el servicio que brinda la empresa turismo milagritos? 15. ¿El servicio que brinda la empresa cumple con sus expectativas? 16. ¿Qué tan satisfecho se siente usted con el servicio que ofrece el personal de atención al cliente? 17. ¿Recomendaría el servicio?

Alternativas	Puntaje
Totalmente desacuerdo	0
En desacuerdo	1
Ni de acuerdo ni desacuerdo	2
De acuerdo	3
Totalmente de acuerdo	4

ANEXOS 03

PROPUESTA DE PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CLIENTE PRESENCIAL

Empresa: Servicios Generales y Turismo Milagritos S.A.C.	Área: Atención al cliente
Proceso: Servicio al cliente	
Protocolo: Atención al cliente frecuente	
Descripción: Este protocolo aplica cuando el cliente se acerca a oficinas para solicitar el servicio de alquiler de los buses para transporte turístico	
Nivel de protocolo	PRIORIDAD MÁXIMA
PROCESO	NORMAS
<ol style="list-style-type: none"> 1. Saludar y sonreír al cliente de forma amable: “Buenos días, Buenas tardes, etc.” en que puedo servirle. 2. Escuchar activamente. 3. Dar al cliente la atención completa y exclusiva. 4. Escuchar de manera atenta la solicitud del cliente 5. Brindar al cliente la información sobre el servicio que desea adquirir clara y precisa. 6. Despedirse de forma cortés y amable. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Trate al cliente preferiblemente de Usted, esto da seriedad y altura al servicio. 2. Hacer que los últimos 30 segundos cuenten para entregar un producto satisfactorio. 3. NO usar dispositivos electrónicos (Ipad, celulares, radios etc.) que distraiga la atención al cliente o que le haga sentir poco interés para atenderlo. 4. Se debe ser persuasivo y contundente; para ello es importante hacer énfasis en las palabras claves de la conversación. 5. Usar el sentido común para resolver los inconvenientes que se presenten y registrarlos en el formato correspondiente, que permitan ser analizados posteriormente.

ANEXOS 04

PROPUESTA DE PROTOCOLO DE ATENCIÓN AL CLIENTE POR TELÉFONO

Empresa: Servicios Generales y Turismo Milagritos S.A.C.	Área: Atención al cliente
Proceso: Servicio al cliente	
Protocolo: Atención al cliente frecuente	
Descripción: Este protocolo aplica cuando el cliente se acerca a oficinas para solicitar el servicio de alquiler de los buses para transporte turístico	
Nivel de protocolo	PRIORIDAD MÁXIMA
PROCESO	TENER EN CUENTA
<ol style="list-style-type: none"> 1. Contestar el teléfono lo más pronto posible. 2. Saludar a quien llama de forma amable: "Turismo Milagritos, buenos días o buenas tardes, (nombre y apellido de responsable), ¿Con quién tengo el gusto de hablar? ¿En qué le puedo servir?" 3. Escuchar activamente. 4. En necesario que el responsable hable con nitidez, con buena vocalización para que el cliente entienda el mensaje. 5. Dar al cliente la atención completa y exclusiva. 6. Escuchar de manera atenta la solicitud del cliente 7. Brindar al cliente la información sobre el servicio que desea adquirir clara y precisa. 8. Despedirse de forma cortés y agradecer al cliente por haberse comunicado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se debe contestar máximo a los tres (3) timbres de la llamada. 2. No dejar a la persona esperando demasiado tiempo (40 segundos es mucho). 3. Es necesario que el personal hable con nitidez, con una buena articulación y vocalización para que el cliente comprenda el mensaje. 4. Se debe ser persuasivo y contundente; para ello es importante hacer énfasis en las palabras claves de la conversación. 5. Usar el sentido común para resolver los inconvenientes que se presenten y registrarlos en el formato correspondiente, que permitan ser analizados posteriormente. 6. Dar al cliente una atención completa y exclusiva durante el tiempo de la comunicación.

ANEXOS 05



UPAO

Facultad de Ciencias Económicas

"Año de la Lucha Contra la Corrupción e Impunidad"

RESOLUCIÓN N° 0630-2019-FCCEE-D-UPAO

Trujillo, julio 18 de 2019

VISTO el expediente N° 1042-2019, correspondiente a la solicitud de cambio de título del Proyecto de Tesis, presentado por los Bachilleres de la Facultad de Ciencias Económicas, Escuela Profesional de Administración, egresadas de esta Universidad:

- GARCIA POLO JHOSELYN DALLANA ANTUANETTE
- LEDESMA GAMARRA GIORDANO ALFREDO

CONSIDERANDO:

Que, mediante Resolución de Decanato N° 0996-2019-FCCEE-D-UPAO, de fecha 29 de octubre del 2018, se autoriza la inscripción del proyecto de tesis "MODELO DE GESTIÓN POR PROCESOS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL AREA DE ATENCION AL CLIENTE DE LA EMPRESA SERVICIOS GENERALES Y TURISMO MILAGRITOS S.A.C. DEL DISTRITO DE TRUJILLO CUARTO TRIMESTRE 2018", inscrito en el libro de proyectos de tesis de la Escuela Profesional de Administración, con el N° 082-2018;

Que, mediante solicitud de fecha 15 de julio del 2019, los bachilleres requieren de cambio de título del Proyecto de Tesis de tesis "MODELO DE GESTIÓN POR PROCESOS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL AREA DE ATENCION AL CLIENTE DE LA EMPRESA SERVICIOS GENERALES Y TURISMO MILAGRITOS S.A.C. DEL DISTRITO DE TRUJILLO CUARTO TRIMESTRE 2018", por "GESTIÓN POR PROCESOS Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA SERVICIOS GENERALES Y TURISMO MILAGRITOS S.A.C. DEL DISTRITO DE TRUJILLO 2018";

Que, este Decanato considera atendible lo solicitado por los bachilleres, por lo que es menester emitir la resolución correspondiente;

Por las consideraciones expuestas, y en uso de las atribuciones conferidas a este Despacho.

SE RESUELVE:

Primero:-

APROBAR, el cambio de título del Proyecto de Tesis de "MODELO DE GESTIÓN POR PROCESOS PARA MEJORAR LA CALIDAD DE SERVICIO EN EL AREA DE ATENCION AL CLIENTE DE LA EMPRESA SERVICIOS GENERALES Y TURISMO MILAGRITOS S.A.C. DEL DISTRITO DE TRUJILLO CUARTO TRIMESTRE 2018", por "GESTIÓN POR PROCESOS Y SU INFLUENCIA EN LA CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA SERVICIOS GENERALES Y TURISMO MILAGRITOS S.A.C. DEL DISTRITO DE TRUJILLO 2018".

Segundo:-

DISPONER, las acciones académico – administrativas conducentes al cumplimiento de lo prescrito en el Reglamento de Grados y Títulos de esta Facultad.

REGÍSTRESE, COMUNÍQUESE Y ARCHÍVESE.



José Castañeda Nassi
Decano

EPA; SA, Asesor, Interesados, Archivo



Manuel Angulo Burgos
Secretario Académico

Facultad Ciencias Económicas

Turismo Milagritos®



CONSTANCIA DE AUTORIZACIÓN

Señores:

Jhoselyn García Polo
Giordano Ledesma Gamarra
Bachilleres en Ciencias Económicas
UNIVERSIDAD PRIVADA ANTENOR ORREGO

De acuerdo a la solicitud enviada le informamos que la empresa de Servicios Generales y Turismo Milagritos está dispuesta a cooperar y brindarles toda la ayuda necesaria para que puedan llevar a cabo su tesis o investigación en nuestro centro de trabajo.

Les deseo muchos éxitos en su investigación y confiamos de que la misma resulte una aportación valiosa al mejoramiento de nuestra empresa.

Trujillo, 01 de octubre de 2018

SERVICIOS Y NEGOCIOS GENERALES MILAGRITOS S.A.C.

Alvaro Crisólogo Calderón
GERENTE GENERAL



Atentamente;

Alvaro Crisólogo Calderón

ANEXO 07

FOTOS



Fotos de la aplicación de encuestas a clientes



Encuesta a supervisor de Seguridad.



Encuesta a gerente General

ANEXO 08: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE LA GESTIÓN DE PROCESOS

CONFIABILIDAD

La fiabilidad de un test se refiere a la consistencia interna de sus preguntas, a la mayor o menor ausencia de errores de medida. Un test confiable significa que si lo aplicamos por más de una vez a un mismo elemento entonces obtendríamos iguales resultados.

MÉTODO UTILIZADO

Entre los métodos aceptados para medir la fiabilidad está el de las dos mitades o Split-half, que consiste en hallar el coeficiente de correlación de Pearson entre las dos mitades de cada factor (par e impar) de los elementos, y luego corregir los resultados según la fórmula de Spearman- Brown. Utilizando el método de las dos mitades y aplicada a 15 elementos con las mismas características de la población de estudio, el instrumento elaborado por el autor para medir la gestión de procesos, se sometió a la prueba de confiabilidad, el resultado se presenta a continuación: El reporte obtuvo un Coeficiente de dos mitades de Guttman = 0.965, y que al aplicar la Corrección de Spearman-Brow presentó los siguientes resultados:

- Instrumento utilizado (Longitud igual o desigual) = 0.979.

Según los resultados el instrumento presenta Confiabilidad Interna Altamente Significativa, con un Alfa de Cronbach = 0.969.

Según los resultados el instrumento presenta Confiabilidad Interna Altamente Significativa.

Reporte de salida.

Tabla N° 01

Estadístico de consistencia interna del cuestionario

Alfa de Cronbach	N de elementos
.969	15

Fuente: Ordenador, SPSS 24

En la Tabla N° 01 se observa el coeficiente correspondiente al Alfa de Cronbach para el análisis de consistencia interna de la encuesta para medir la gestión de procesos, de 0.969, dentro del rango de muy aceptable para este tipo de instrumento.

Tabla N° 02

Estadísticos de consistencia interna del cuestionario si se suprime un ítem.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	32.8800	345.360	.968	.963
VAR00002	32.7200	375.043	.789	.967
VAR00003	32.7200	378.293	.780	.967
VAR00004	33.5600	369.257	.731	.968
VAR00005	32.9200	356.743	.832	.966
VAR00006	33.2800	377.627	.725	.968
VAR00007	32.9200	345.577	.977	.963
VAR00008	32.6800	373.810	.796	.967
VAR00009	32.4800	379.343	.824	.967
VAR00010	33.0000	376.083	.779	.967
VAR00011	32.9600	371.207	.868	.966
VAR00012	33.3600	373.740	.636	.970
VAR00013	32.8800	352.943	.911	.965
VAR00014	32.7600	376.607	.776	.967
VAR00015	32.8000	365.583	.807	.967

Fuente: Ordenador, SPSS 24

En la Tabla N° 02 se observa el Alfa de Cronbach para cada uno de los ítem si un elemento es suprimido con la finalidad de mejorar el coeficiente de 0.969 de la tabla N° 01, pero en ninguno de los posibles casos se logra tal efecto, por lo que se decide continuar con el cuestionario y la totalidad de sus ítems.

Tabla N° 03

Estadístico de consistencia interna del cuestionario, prueba de dos mitades

Alfa de Cronbach	Parte 1	Valor	.947
		N de elementos	8 ^a
	Parte 2	Valor	.924
		N de elementos	7 ^b
		N total de elementos	15
Correlación entre formularios			.958
Coeficiente de Spearman-Brown	Longitud igual		.979
	Longitud desigual		.979
Coeficiente de dos mitades de Guttman			.965

a. Los elementos son: VAR00001, VAR00002, VAR00003, VAR00004, VAR00005, VAR00006, VAR00007, VAR00008.

b. Los elementos son: VAR00008, VAR00009, VAR00010, VAR00011, VAR00012, VAR00013, VAR00014, VAR00015.

En la Tabla N° 03 se observa la prueba de mitades de la encuesta para medir la gestión de procesos, mediante el Coeficiente de Spearman para longitudes iguales es de 0.979 y el Coeficiente de dos mitades de Guttman de 0.965, ambos superiores al mínimo establecido para pruebas de este tipo. En tal sentido se decide aprobar el Instrumento en cuestión.

Los resultados que se presentan nos permiten concluir que la encuesta para medir la gestión de procesos, instrumento elaborado por el autor, **ES ALTAMENTE CONFIABLE PARA SU USO.**

ANEXO 09: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE LA CALIDAD DE SERVICIO

CONFIABILIDAD

La fiabilidad de un test se refiere a la consistencia interna de sus preguntas, a la mayor o menor ausencia de errores de medida. Un test confiable significa que si lo aplicamos por más de una vez a un mismo elemento entonces obtendríamos iguales resultados.

MÉTODO UTILIZADO

Entre los métodos aceptados para medir la fiabilidad está el de las dos mitades o Split-half, que consiste en hallar el coeficiente de correlación de Pearson entre las dos mitades de cada factor (par e impar) de los elementos, y luego corregir los resultados según la fórmula de Spearman- Brown. Utilizando el método de las dos mitades y aplicada a 17 elementos con las mismas características de la población de estudio, el instrumento elaborado por el autor para medir la calidad de servicio, se sometió a la prueba de confiabilidad, el resultado se presenta a continuación:

El reporte obtuvo un Coeficiente de dos mitades de Guttman = 0.987, y que al aplicar la Corrección de Spearman-Brow presentó los siguientes resultados:

- Instrumento utilizado (Longitud igual o desigual) = 0.994.

Según los resultados el instrumento presenta Confiabilidad Interna Altamente Significativa, con un Alfa de Cronbach = 0.986.

Según los resultados el instrumento presenta Confiabilidad Interna Altamente Significativa.

Reporte de salida.

Tabla N^a 01

Estadístico de consistencia interna del cuestionario

Alfa de Cronbach	N de elementos
.986	17

Fuente: Ordenador, SPSS 24

En la Tabla N° 01 se observa el coeficiente correspondiente al Alfa de Cronbach para el análisis de consistencia interna de la encuesta para medir la calidad de servicio, de 0.986, dentro del rango de muy aceptable para este tipo de instrumento.

Tabla N° 02

Estadísticos de consistencia interna del cuestionario si se suprime un ítem.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
VAR00001	32.8800	345.360	.968	.963
VAR00002	32.7200	375.043	.789	.967
VAR00003	32.7200	378.293	.780	.967
VAR00004	33.5600	369.257	.731	.968
VAR00005	32.9200	356.743	.832	.966
VAR00006	33.2800	377.627	.725	.968
VAR00007	32.9200	345.577	.977	.963
VAR00008	32.6800	373.810	.796	.967
VAR00009	32.4800	379.343	.824	.967
VAR00010	33.0000	376.083	.779	.967
VAR00011	32.9600	371.207	.868	.966
VAR00012	33.3600	373.740	.636	.970
VAR00013	32.8800	352.943	.911	.965
VAR00014	32.7600	376.607	.776	.967
VAR00015	32.8000	365.583	.807	.967

Fuente: Ordenador, SPSS 24

En la Tabla N° 02 se observa el Alfa de Cronbach para cada uno de los ítem si un elemento es suprimido con la finalidad de mejorar el coeficiente de 0.986 de la tabla N° 01, pero en ninguno de los posibles casos se logra tal efecto, por lo que se decide continuar con el cuestionario y la totalidad de sus ítems.

Tabla N° 03

Estadístico de consistencia interna del cuestionario, prueba de dos mitades

Alfa de Cronbach	Parte 1	Valor	.947
		N de elementos	8 ^a
	Parte 2	Valor	.924
		N de elementos	7 ^b
	N total de elementos		15
Correlación entre formularios			.958
Coeficiente de Spearman-Brown	Longitud igual		.979
	Longitud desigual		.979
Coeficiente de dos mitades de Guttman			.965

a. Los elementos son: VAR00001, VAR00002, VAR00003, VAR00004, VAR00005, VAR00006, VAR00007, VAR00008.

b. Los elementos son: VAR00008, VAR00009, VAR00010, VAR00011, VAR00012, VAR00013, VAR00014, VAR00015.

En la Tabla N° 03 se observa la prueba de mitades de la encuesta para medir la calidad de servicio, mediante el Coeficiente de Spearman para longitudes iguales es de 0.994 y el Coeficiente de dos mitades de Guttman de 0.987, ambos superiores al mínimo establecido para pruebas de este tipo. En tal sentido se decide aprobar el Instrumento en cuestión.

Los resultados que se presentan nos permiten concluir que la encuesta para medir la calidad de servicio, instrumento elaborado por el autor, ES ALTAMENTE CONFIABLE PARA SU USO.