



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

**Plan de mejora basado en la calidad de servicio al usuario
aplicando el modelo Servqual en la empresa de refrigeración y
aire acondicionado Megaservice EIRL.**

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Ingeniero Industrial

AUTORES:

Ramos Vilela, Manuel Alejandro (orcid.org/0000-0001-9135-3781)

Sanchez Dioses, Edgar Ivan (orcid.org/0000-0003-4225-3949)

ASESOR:

Mba. Rivera Calle, Omar (orcid.org/0000-0002-1199-7526)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Gestión Empresarial y Productiva

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

PIURA – PERÚ

2022

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación principalmente a mis Padres por todo el amor y el apoyo brindado durante todos estos años de estudios. A mis hermanos por darme la fuerza y ser su ejemplo a seguir. A mi esposa y mi hijo por ser mi motor y motivo de seguir siempre con la mente firme y en alto. Y por último a mis ángeles Paula, Víctor y Rafael quienes se encargan de guiarme al camino correcto.

Manuel Alejandro Ramos Vilela

AGRADECIMIENTO

Primeramente, agradecer a Dios, por la fortaleza que nos brinda y no dejarnos bajar los brazos cuando el camino se puso tempestuoso y así poder seguir adelante. A nuestros padres, por el esfuerzo y sacrificio que realizan día a día para darnos la oportunidad de formarnos profesionalmente y; finalmente, a nuestro asesor el Ing. Omar Rivera Calle, por ser nuestro apoyo y guía a lo largo de la elaboración del trabajo de investigación y por transmitirnos todos sus conocimientos con amabilidad y paciencia.

Índice de contenidos

Carátula.....	i
dedicatoria.....	ii
agradecimiento.....	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. MARCO TEÓRICO	6
I. METODOLOGÍA.....	27
3.1 Tipo y diseño de investigación	27
3.2 Variables y operacionalización:.....	28
3.3. Población, muestra y muestreo.....	28
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	29
3.5. Procedimientos	29
3.6. Método de análisis de datos	31
3.7 Aspectos éticos	31
IV. RESULTADOS.....	32
V. DISCUSIÓN.....	37
VI. CONCLUSIONES	39
VII. RECOMENDACIONES.....	40
REFERENCIAS.....	41
ANEXOS	

Índice de tablas

Tabla 1: Población, muestra y muestreo	28
Tabla 2: Técnica e instrumento	29
Tabla 3: Resultados de la encuesta con la metodología SERVQUAL.....	32
Tabla 4: Resultados de la encuesta con la metodología SERVQUAL en %	33
Tabla 5: Resumen del procesamiento de los datos.....	34
Tabla 6: Estadísticos de fiabilidad	34
Tabla 7: Tangibilidad	34
Tabla 8: Confiabilidad	35
Tabla 9: Capacidad de respuesta	35
Tabla 10: Seguridad	36
Tabla 11: Empatía	36

Índice de figuras

Figura 1: Dimensiones Servqual	21
Figura 2: Ciclo de Deming	22
Figura 3: Plan de mejora	27
Figura 4: Procedimiento	30
Figura 5: Procedimiento	31

RESUMEN

Se buscó elaborar un plan de mejora teniendo en cuenta las debilidades de la empresa con relación a los clientes, donde se plantea el uso de la metodología Servqual para establecer las brechas entre la percepción de los servicios brindados y la expectativa que tienen los clientes. Se aplicó una encuesta de 22 preguntas a 17 clientes, quienes manifestaron su apreciación y permitió un proceso de datos para hallar las brechas. Como resultado de las cinco dimensiones de la calidad, todas se consideran buenas. La empresa, en la búsqueda de la excelencia laboral, buscando un mejor nivel competitivo, plantea que se elabore el Plan de mejora, que se centra en la capacitación del personal, por ser ellos la cara de la empresa y su trabajo se centra la evaluación que se obtiene.

PALABRA CLAVE: Servqual, Calidad de servicio, Plan de mejora

ABSTRACT

It sought to develop an improvement plan taking into account the weaknesses of the company in relation to customers, where the use of the Servqual methodology is proposed to establish the gaps between the perception of the services provided and the expectations that customers have. A survey of 22 questions was applied to 17 clients, who expressed their appreciation and allowed a data process to find the gaps. As a result of the five dimensions of quality, all are considered good. The company, in search of labor excellence, looking for a better competitive level, proposes that the Improvement Plan be drawn up, which focuses on staff training, as they are the face of the company and their work focuses on evaluation What do you obtain.

KEYWORDS: Servqual, Quality of service, Improvement plan

I. INTRODUCCIÓN

Perú sostiene un crecimiento constante durante los últimos años, lo que ha provocado el desarrollo de los mercados de todos los sectores económicos. En consecuencia, las organizaciones deben contar con información renovada para plantear disposiciones que les permitan seguir operando en el mercado, desarrollarse y progresar. Se utilizará la estructura metodológica SERVQUAL ya que admite establecer la calidad de los servicios ejecutados. Permite la recopilación de datos para identificar debilidades o diferencias de la selección de la empresa de sus prioridades actividades competitivas y de su oferta general de servicios que son más apreciados por sus clientes.

Siendo el interés de las empresas en temas como la cultura del lugar de trabajo y la satisfacción del cliente ha elevado radicalmente en los años últimos en todo el mundo. Esto se debe al rápido desarrollo de los negocios y la feroz competencia entre ellos en muchas industrias, lo que ha llevado a clientes más exigentes en la compra de bienes o servicios.

Debido a que hay más competencia en la parte norte del Perú, donde las temperaturas son generalmente altas durante todo el año, los nuevos negocios que se especializan en refrigeración y aire acondicionado optan por introducir nuevos productos y realizar promociones (precios bajos, estrategias de marketing), todo en un esfuerzo por atraer clientes y mantenerlos proporcionando el mejor servicio posible. La colectividad de las empresas en la obtención del aire acondicionado ha reconocido su obligación de capacitar continuamente a sus empleados para retenerlos y brindar un servicio de alta calidad. En efecto, se plantea un modelo para calcular la calidad del servicio que ofrece la empresa Piura Megaservice, que proporciona el mantenimiento, suministro y el establecimiento de unidades de refrigeración y aire acondicionado, utilizando la herramienta de evaluación Servqual.

La importancia de este proyecto es evaluar la calidad actual de la prestación proporcionada por la empresa Piura Megaservice de refrigeración y aire acondicionado.

El proyecto inició con la realización de un estudio de clientes donde se estableció la demanda, oferta de calidad de servicio y mantenimiento de equipos industriales para conocer la demanda insatisfecha del mercado ; esta información se utilizó luego para determinar la demanda del proyecto .Tras la realización del diseño de ingeniería para la mejora y la tramitación para la optimización de los equipos y maquinarias, se realizó un análisis económico para determinar la posibilidad de la realización del proyecto económicamente. Adicionalmente, el proyecto brinda una serie de terminaciones y recomendaciones que corresponden ser asumidas.

Además, se examinan las diferencias entre lo que los clientes esperan y lo que realmente reciben para identificar y mejorar las debilidades de la empresa.

La información utilizada en el proyecto actual proviene de fuentes nacionales e internacionales confiables y verificables, y se ha aplicado a una variedad de habilidades aprendidas durante una carrera como ingeniero industrial.

Las empresas de hoy buscan constantemente nuevas tecnologías mejoras de procesos para ser más efectivas y, como resultado, aumentar sus ganancias. Gracias a los cambios tecnológicos actuales, ahora se puede contar con mejor información sobre las ventajas de productos o servicios específicos e incluso contar con accesibilidad a toda la información sobre las principales empresas competidoras en un mercado en particular. Los clientes van cambiando a medida que el perfil del consumidor actual se vuelve más demandado.

El grado de complacencia de un consumidor es uno de las guías más importantes de la calidad de un servicio, que viene determinada por la discrepancia entre lo que piensa el cliente del servicio tras la experiencia y las expectativas que tiene antes de contratarlo.

Dadas las características de un servicio, la relación entre percepciones y expectativas de cada cliente es única, y es crucial recordar que él, no el proveedor del servicio, la determina. El intento del proveedor de cumplir (o, en el mejor de los casos, superar) las expectativas del cliente o, si es necesario, manipular esas expectativas de manera que el valor que percibe el cliente no

alcance esas expectativas, puede tener un impacto en el nivel de satisfacción del cliente.

Como resultado, la calidad del servicio es subjetiva; está directamente relacionado con lo que percibe el cliente, o el juicio que hace sobre la excelencia o superioridad del servicio.

El resultado dependerá de la capacidad del proveedor del servicio para comprender las necesidades del cliente, el esfuerzo y la eficiencia con que se lleva a cabo el proceso y la tarifa que el cliente debe pagar para acceder al servicio. Es interesante tener en cuenta que el precio incluye no solo el costo del servicio, sino también el valor de la ubicación, la cantidad de tiempo y el formato que brinda. Sin embargo, para que un servicio se considere de alta calidad, esta percepción positiva debe ser persistente, es decir, debe ocurrir repetidamente con numerosos clientes en varios momentos. Dada la dificultad de la tarea, es efectivo utilizar un modelo de gestión de servicios a fin de encaminar a la empresa hacia una cultura de calidad. (Weil, 2017)

PIURA MEGASERVICE E.I.R.L, una empresa de refrigeración y aire acondicionado, comenzó sus operaciones en 1996 y ha experimentado un crecimiento continuo y un posicionamiento dentro del mercado local; sin embargo, los procesos de gestión no se han actualizado y optimizado en respuesta a este crecimiento, lo que ha provocado problemas actuales como la rotación del personal, la mala eficiencia de la planta, la baja productividad y el impacto medioambiental. En este sentido, el desarrollo del modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa MEGASERVICE E.I.R.L es necesario en un contexto económico y productivo, para lograr un mejor posicionamiento y expandirse a otros segmentos del mercado.

Como resultado de los cambios provocados por la globalización de los mercados, la economía, los avances tecnológicos y el comportamiento del consumidor, las empresas se han enfrentado a numerosos desafíos en los últimos años. Como resultado, las organizaciones deben adaptar sus procedimientos, metas, políticas y prácticas para seguir siendo competitivos (Gil, 2016).

Como resultado, las empresas han buscado implementar procedimientos más efectivos que les permitan satisfacer las demandas de los clientes y del mercado. (Álvarez y Bernal, 2017).

Las preguntas de investigación que se desarrollan en el problema son, comenzando con la pregunta general “¿Qué plan de mejora debe considerarse para mejorar la calidad de servicio utilizando el modelo Servqual en la empresa Megaservice E.I.R.L.?”

Teniendo como dudas determinadas, las cuales darán una contestación a la general, están los sucesivos: ¿Cómo es el nivel de percepción respecto a los elementos tangibles de los servicios en la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual?; ¿Cómo es el nivel de percepción respecto a la confiabilidad de los servicios en la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual?; ¿Cómo es el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta de los servicios en la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual?; ¿Cómo es el nivel de percepción respecto a la seguridad de los servicios en la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual?; ¿Cómo es el nivel de percepción respecto a la empatía de los servicios en la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual?

El estudio actual es significativo de las siguientes maneras: Proporciona una justificación teórica porque el desarrollo del estudio contribuye a la comprensión de los procesos de gestión y producción en una empresa de aire acondicionado. Estos datos se utilizarán como referencia para futuros estudios, y es una contribución significativa porque permite a los científicos aprender más sobre las variables. Debido a los riesgos que se logre mostrar en el tiempo de la operación de la planta de Servicio, equipos industriales, maquinaria, sector industrial, minero, petrolero y diversos, se debe tener los documentos que comprende la descripción sintética de los procedimientos y estructura organizacional del Plan de Gestión y mantenimiento.

Este método cubre todos los aspectos de ingeniería, adquisiciones, construcción, lanzamiento, montaje, operaciones y aspectos legales y económicos de un

proyecto de manera sistemática. Por su amplia gama de aplicaciones, es una herramienta fiable que hace posible la participación de un equipo multidisciplinario, en donde se suman la experiencia individual y el conocimiento.

La investigación tiene una justificación práctica porque desarrolla un modelo Servqual para medir la calidad de los servicios al cliente, que representa la propuesta de una serie de acciones destinadas a aumentar la productividad de la empresa. Estas acciones se basan en datos que son tanto estructurados como objetivos. El estudio también proporciona una justificación social, ya que está orientado a mejorar los procesos de producción, lo que permitirá aumentar el número de clientes y generar más ingresos, lo que beneficiará a la organización, a los accionistas y a los trabajadores.

Se presenta como objetivo general “Proponer un método de perfeccionamiento de la eficacia de servicio al cliente utilizando el tipo Servqual en la empresa Megaservice E.I.R.L.” y como objetivos determinados emparejar el nivel de conocimiento en relación a los elementos tangibles de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. usando el tipo Servqual; Comprobar el nivel de conocimiento respecto a la seguridad de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. usando el modelo Servqual; Establecer el potencias de comprensión de relación a la capacidad de contestación de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. usando el tipo Servqual; Examinar el nivel de conocimiento respecto a la seguridad de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. usando el tipo Servqual; y, Evaluar el nivel de conocimiento respecto a la empatía de los servicios de la compañía Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual.

II. MARCO TEÓRICO

Valencia (2015) tuvo como objetivo crear el tipo de encargo SERVQUAL para proveer el cálculo de la eficacia del servicio de sostenimiento y limpieza de las corporaciones pedidos en la compañía SYRY de la congregación Chongón del cantón Guayaquil. Provincia del Guayas. Fue un estudio de diseño cuantitativo; la población es la comunidad educativa; sin embargo, como está demostrado, tenemos niños y adolescentes que estudian en los predios; los cuestionarios se utilizaron como herramientas para calcular el nivel de eficacia del servicio.

Martínez (2012), tuvo como meta "crear el nivel en que se usa el servicio al cliente en las agencias financieras de la Mesilla Huehuetenango", que obtuvo como meta "establecer el nivel en que se utiliza el servicio al cliente en las representaciones financieras de la Mesilla. Como resultado, el 53% de los empleados cree que brindar un servicio amable los ayudará a conseguir nuevos clientes, mientras que el 47% cree que brindar un servicio eficiente, rápido y confiable aumentará las ventas de productos, aumentará la cobertura y aumentará la lealtad de los clientes. Su importancia se deriva del hecho de que identificar y centrarse en el servicio que los clientes quieren y pueden necesitar es fundamental para el éxito de las agencias bancarias. Al mismo tiempo, para que estas instituciones logren competitividad, será necesario dotarlas de un servicio de alta calidad que permite a los clientes y agencias elevar sus expectativas.

Ibarra, Espinoza, Casas (2014) en su investigación poseyó como meta saber los primeros elementos que comprueban la eficacia del servicio y la calidad de complacencia del paciente en el espacio de urgencias de los hospitales públicos, en la localidad de Hermosillo, Sonora, usando la concentración de una herramienta adecuada de la técnica Servqual, es significativo marcar que los instrumentos de cálculo o testimonios, para levantar un estudio más exacto al sector salud y poder así, calcular la calidad del servicio en el área de urgencias que se otorga a los conformes, mediante la escala monopolizada por el método de Servqual

Peñafor, Ramírez, García (2020) en su investigación tuvo como objetivo realizar un análisis presente de la clínica para saber sus elementos negativos y así emplear perfeccionamientos; con el fin de brindar tácticas para incrementar y perfeccionar la eficacia de los servicios brindados por la propia e impactar efectivamente a los beneficiarios, mediante la prestación. El actual estudio se ejecutó en la entidad sujeto de estudio, con la meta de usar la consulta intrínseca al modelo SERVQUAL, que está variado por 22 consultas coherentes con las inteligencias y expectativas. La calificación se determinó utilizando una escala numérica que va del 1 al 5, donde 1 representa el desacuerdo total y 5 representa el acuerdo total.

Numpaque, Rocha (2016) en su investigación tuvo como objetivo ejecutar un cambio de arte de la concentración de dos importantes instrumentos en la comprobación de la calidad de la curiosidad en salud, el cual elucida la utilidad de la indagación en salud por averiguar sobre los tipos de calidad. La mayoría de los estudios se publicaron entre 2012 y 2014, y los servicios mejor estimados estuvieron hospitalización, elaborados de enfermería y hemodiálisis.

Bustamante, Zerda, otros, (2019), en su investigación tuvo como meta resumir la evidencia científica coherente a las aplicaciones y usos del modelo Servqual en el argumento hospitalario, ejecutando una investigación sistémica experimental a través de la indagación de artículos de exploración en bases de datos PubMed, Sciencedirect y Scopus en un periodo de 2013 – 2018.

Orlandini, Ramos (2017), en su investigación tuvo como objetivo establecer los conocimientos de eficacia de los consumidores sobre cuatro empresas de transporte aéreo que manejan en Sucre. Para ello se usó el modelo SERVQUAL, que aprobó calcular un catálogo de calidad de servicio (ISC) a partir del análisis de los siguientes factores: capacidad de respuesta, seguridad y empatía, o físicos o elementos tangibles, confiabilidad, sensibilidad. La suposición a manifestar proyecta que “existen diferencias en la calidad del servicio de las cuatro empresas de transporte aéreo que operan en Sucre”. El estudio posee una eficacia explicativa con una dirección cuantitativa y un diseño transversal, y usó una indagación aprobada mediante muestreo aleatorio a 382 clientes de cuatro compañías aéreas.

Gadea, Morquecho, Pérez, Morales, (2018). En su tema de investigación tuvo como objetivo adaptar el cuestionario SERVQUAL para evaluar la eficacia del servicio educativo en la facultad de Cultura Física y Salud en México, por lo general, las personas consideran que exhibición a través de la acción física y deporte tienen únicamente como meta el perfeccionamiento la condición física y la creación de costumbres de vida saludable. Como resultado, la exploración de conjuntos para calcular la calidad en los establecimientos académicos es cada vez más importante. Estos mecanismos deben ser innovadores, tener alta confiabilidad y validez, y ser sencillos de implementar para los administradores académicos.

Boada Niño, A. V., Barbosa-López, A. M., y Cobo-Mejía, E. A. (2019), en su tema de investigación el objetivo principal del estudio fue establecer el conocimiento de la eficacia de los servicios de sugerencia exterior de salud en un establecimiento de la IPS. Fue un estudio descriptivo con un diseño transversal que utilizó el tipo SERVQUAL para evaluar 5 factores: confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Un total de 282 personas participaron en el estudio. La puntuación media obtenida fue de 3,4711 para expectativas, 3,5140 para percepciones y 3,50 para satisfacción general, que equivale al 70 % y denota satisfacción. Sin embargo, no hubo correlación entre la percepción y las características sociodemográficas.

Narváez, Reinoso, Castro (2020), en su tema de investigación tuvo como objetivo cuál de las dimensiones es más esencial para los clientes. Esta es una técnica de reducción de datos donde se seleccionan los ítems más importantes y relevantes para el estudio (Morales, Medina y Gámez, 2011). Según IBM Statistic 23, el análisis de Cronbach de 0,972 indica que el análisis factorial es apropiado para este estudio. Se utilizó el instrumento sugerido por los autores del Modelo SERVQUAL, modificado para la industria aseguradora. Esto requirió la cooperación de cinco personas, quienes realizaron 74 encuestas telefónicas cada una entre el 1 y el 10 de agosto de 2019.

Gadea, Morquecho, Pérez, Morales, (2018). En su tema de investigación tuvo como objetivo modificar el cuestionario SERVQUAL para evaluar la calidad de

los servicios educativos que se brindan en el curso Cultura Física y Salud en México. Frecuentemente, las personas creen que las interposiciones ejecutadas a través de la acción física y el deporte tienen como único objetivo optimizar el estado físico y fomentar costumbres de vida saludables. Debido a esto, los mecanismos innovadores con alta confiabilidad y validez que son simples de usar para los administradores académicos son cada vez más necesarios para la evaluación de la calidad en las instituciones académicas.

Pérez, Torres, y otros (2015), tuvo como objetivo de investigación una propuesta de un plan de mantenimiento preventivo para las unidades de aire acondicionado sirvió como eje de la investigación. Su objetivo es ser implementado en las unidades de aire acondicionado del centro médico en cuestión para desarrollar una propuesta que sirva como base para dicho plan y garantizar un servicio de alta calidad para el público en general.

Olivo y Triviño (2015), tuvo como objetivo en su investigación examinar la calidad del servicio y su impacto en la complacencia del consumidor en Banco Pichincha, Agencia Milagro con el fin de entender el impacto que tiene en el mercado. Esto se hizo mediante un diseño no experimental, descriptivo. Consiguió como consecuencia, que la atención que se ofreció influyó en la complacencia produciendo un fuerte impacto y consiguiendo aumento de atracción de consumidores; por su propio lado, perfeccionó que, la formación que se ejecuta a los cómplices de la fundación interviene en la vigilancia al usuario porque del conocimiento de ellos depende la educada disposición y así una perfección de complacencia.

Morocho (2018), en su tema de indagación tuvo la meta de establecer la dependencia entre la eficacia del servicio y la complacencia del consumidor en Alpecorp SA fue el objetivo del estudio del investigador. En 2018, los datos se recolectaron mediante informes. Para la inestable eficacia del servicio se usó el tipo SERVQUAL, que se estructura en cinco dimensiones: confiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles, y para la variable satisfacción, fue un estudio transversal, correlacional sin diseño experimental.

Arellano (2017), en su tema de investigación tuvo como objetivo analizar la relación entre la calidad del servicio y la ventaja competitiva para las organizaciones de mercado a gran escala .Una empresa tiene una ventaja competitiva cuando está en una mejor posición que sus rivales para proteger a sus clientes y hacer frente a las fuerzas competitivas .Existen numerosas fuentes que pueden garantizar ventajas competitivas , como desarrollar un producto del más alto calibre, brindar un servicio al cliente superior , lograr costos más bajos que los conductores, poseer una superior establecimiento geográfica y plantear un beneficio que funcione excelente, que las marcas de la competitividad. Fue un estudio descriptivo y transversal.

Pinedo (2017), tuvo como objetivo evaluar el agrado de los alumnos y la eficacia de los servicios que ofrece el sistema de alineación experta utilizado en el Centro de Productividad Técnica CETPRO Daniel Villar de Caraz en el año 2017.El estudio utilizó un proyecto de averiguación no práctico, perpendicular, correlativo y con enfoque cuantitativo .La población al momento de la investigación es de 92 matriculas, o 74 estudiantes, que es la población promedio anual .Se utilizó el método de la encuesta para demostrar la hipótesis, ya sea que exista o no una relación entre las variables .Aplicación de un cuestionario estándar tipo modelo SERVQUAL como herramienta de recolección de datos para medir la variable calidad del servicio.

Suárez (2016) tuvo como meta saber si el tipo Servqual enseña el nivel de la eficacia de servicio del Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao mediante el tiempo 2011-2012. Estuvo un estudio de diseño cualitativo, en este caso el Centro de Idiomas de la Universidad Nacional del Callao, sin embargo, como muestra tenemos a los alumnos que estudian en la Universidad.

Vega (2014), en su argumento de “Modelo de Gestión de Recursos Humanos y Calidad de Servicio para el Banco Austro SA Sucursal Macas”, los estudiantes utilizaron un enfoque de diseño descriptivo no experimental. Su objetivo era crear un Modelo de Gestión de Recursos Humanos y Calidad de Servicio para el Austro Banco Sucursal Macas SA. El factor más importante de servicio al cliente recibió un porcentaje del 63%, sin embargo, cabe señalar que la seguridad no es

un componente de la relación entre el cliente y la entidad financiera. Las encuestas, sin embargo, muestran una opinión diferente al respecto.

Villalta (2019), tuvo como objetivo examinar la relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del cliente .Se realizó una investigación teórica utilizando la metodología de estudio de caso inductivo con un diseño no experimental , un paradigma naturalista y un enfoque cualitativo .La demostración no fue aleatoria; se enfocó en una población de 100 empleados de negocios desprevenidos , a quienes se les realizaron entrevistas en profundidad además de un análisis documental .Como resultado se descubrió que había una clara similitud de la eficacia del servicio y el gusto del consumidor . En conclusión, es fundamental recordar que brindar un servicio de alta calidad, que se refiere a un servicio que cumple con las expectativas subjetivas de cada cliente, dará como resultado la satisfacción del cliente.

Novoa, Regalado (2017), adquiere la meta de examinar la correspondencia entre el clima laboral y la complacencia del cliente en Oltursa para las localidades de Piura y Chiclayo. La investigación fue descriptiva, transversal y no contó con un diseño experimental. El enfoque principal fue de naturaleza correlacional .33 empleados y 340 clientes de las ciudades de estudio conformaron la exhibición. Utilizando el software de procesamiento y estudio de datos SPSS versión 24 y Excel, así como estudio expresivo y multivariado, se confesó que coexiste una similitud entre uno y otras variables con una capacidad de 0,70.

Bustamante (2018), tuvo como objetivo sugerir que se utilizaran de modelos supuestos de gestión de existencias y significaciones de producción ajustada. Se decide comenzar el abastecimiento habitual de materiales en diminutas cantidades y compensarlo con tratados a extensos vencimientos y distintas medidas para mantener el precio de puesta en marcha o lanzamiento lo más bajo permitido. En esta situación, se encomienda solicitar 24 mecanismos para los períodos normales y 44 mecanismos para los períodos de calor de representación regular. Últimamente, se comprueba el conocimiento de eficacia antes y después de implementar las presentadas de perfeccionamiento. Esta comparación muestra mejoría 4,44% en el conocimiento de la eficacia de los

servicios que ofrece la compañía Intercool Perú, por lo que se perfecciona que las propuestas de mejora fueron con éxito en el logro de sus objetivos previstos. Hernández (2015), tuvo como objetivo en su tema de investigación Determinar la relación entre la fidelización de los clientes y la calidad del servicio en el EIRL Minimarket Adonay 2015 de Andahuaylas fue el objetivo del estudio, el cual se llevó a cabo mediante un diseño no experimental descriptivo y correlativo .El Minimarket Adonay obtuvo los siguientes hallazgos respecto a la relación entre la calidad del servicio y la fidelización de los clientes : respecto a la calidad del servicio , un 38.4 por ciento indica que en general está de acuerdo, luego un 28.6% indica que está de acuerdo ; por otro lado , en cuanto a la fidelización de los clientes , un 31,4% indica que en general está de acuerdo y un 22,9% indica que no lo está.

Solano (2018), tuvo como objetivo en su tema de investigación determinar el calibre del servicio que brinda a sus clientes, la mayoría de ellos son empresas que operan en Talara, están afiliadas a la industria de hidrocarburos y tienen un volumen de negocio entre grande y moderado. El presente estudio utiliza una muestra de 15 clientes, es de naturaleza descriptiva, transversal, no incluye ningún experimento y tiene un enfoque cuantitativo. La técnica utilizada es una entrevista, y la herramienta de recolección de datos es un regreso al tipo SERVQUAL, calculando las inteligencias de los individuos atendidos. Los efectos muestran que la eficacia del servicio de JADE Ventas y Servicios Generales es bastante tolerable siempre que todas sus superficies se mantengan entre el 85% (elementos tangibles) y el 94 % (Capacidad de contestación).

Murillo (2019) tuvo como tema de investigación analizar el nivel de calidad del servicio en los baños y patios de la empresa. Para ello se realizó una investigación de tipo básica, descriptiva, no experimental, cuantitativa y de corte transversal. Con una población de 60 clientes que solicitaron los servicios de baño y catering de la empresa Dog Bull durante el mes de mayo, el objetivo del estudio fue determinar el estado actual de la calidad del servicio que ofrece la empresa , así como utilizar esta información como apoyo a posibles futuras propuestas de mejora .Las técnicas de recolección de datos incluyeron encuestas y observación directa de eventos, y el instrumento utilizado fue el Cuestionario de Calidad de Servicio Veterinarias Dog Bull , el cual constó de 22

preguntas basadas en las cinco dimensiones de la metodología SERVQUAL de capacidad de respuesta, confiabilidad, elementos tangibles, empatía y seguridad. Los hallazgos de este estudio muestran que la empresa Dog Bull Veterinaria Servicios se desempeña en un nivel promedio (22 por ciento "ni de acuerdo ni en desacuerdo") en términos de calidad de servicio en el área de baños y cortes de cabello. Esto se debe a que la empresa carece de indicadores y sufre desde supervisión deficiente, falta de capacitación, retrasos en el servicio, mala gestión del tiempo, actividades repetitivas y otros problemas.

Reyes, Silva (2020), tuvo como objetivo en su tema de investigación establecer cómo la parte externa de perfeccionamiento de los niveles de atención al cliente como el tipo Servqual que utiliza como tema de investigación la clínica Oncorad SAC de Chiclayo. La investigación tuvo un enfoque cuantitativo que permitió utilizar herramientas de recolección de datos del tipo aplicación y diseño preexperimental. La población de nuestro estudio estuvo constituida por 80 pacientes, a cada uno de los cuales se le entregó una encuesta para completar. Como resultado del estudio de las habilidades de declaración externa y balance del pretest y posttest, la clínica Oncorad SAC - Chiclayo logró establecer que las habilidades de declaración externa mejoraron la atención al cliente como el tipo Servqual de la Clínica Oncorad SAC - Chiclayo. Adicionalmente, en dependencia a las suposición del estudio, una prueba no paramétrica de la prueba T arrojó un nivel de significación no superior al 5%, con una sig. 0,000. Esto sirve como evidencia para la hipótesis alternativa, la cual sostiene que la atención al cliente se mejora a través de estrategias de comunicación externa en línea con el modelo Servqual de la clínica Oncorad SAC - Chiclayo.

Yarleque (2018), tuvo como objetivo en su tema de investigación encargarse la disposición de servicio para aumentar el gusto de los clientes MS Distribuciones S.R.L. El actual artículo es pre - experimental y aplicado ya que usará instrucciones teóricas y los pondrá experimentar. Tiene una población de 360 clientes y se aplicó a 102 de ellos, como se muestra en el ejemplo. Como parte de este proyecto se desarrolló la herramienta Servqual para medir la percepción

y expectativa de cada cliente .El presente estudio es pre - experimental y aplicado ya que usará instrucciones teóricas y los pondrá experimentar.

Del Águila (2015), tuvo como objetivo en su tema de investigación crear la eficacia de servicio del conocimiento de las personas de la UGEL San Martín, 2015. Para lograr esto, utilizó un esquema sencillo porque el indagador buscó y recopiló datos relacionados con el enfoque del estudio sin presentar régimen o vigilancia de un procedimiento, es decir, se componía de una sola variable y una población; la muestra estuvo compuesta por administradores y docentes, totalizando 40 usuarios; la muestra fue escogida de acuerdo al criterio del investigador utilizando un muestreo no probabilístico .Según los resultados descriptivos , 18 de los participantes (41 %) dijeron estar en desacuerdo ; 8 de los participantes (21 %) dijeron estar completamente en desacuerdo; 9 de los participantes (4%) dijeron estar de acuerdo ; y solo un participante (3%) dijo que quedaron completamente satisfechos con la calidad de los servicios prestados.

Estrella (2018) tuvo como objetivo en su tema de investigación evaluación de la eficacia del servicio para establecer el nivel de gusto del cotizante en el centro de servicio SUNAT-Ate en el año 2016.El diseño no es práctico característico .Las personas de publicación está compuesta por 500 voluntarios del centro de atención SUNAT Ate .Para el cálculo de las dimensiones del ICS se usó el interrogatorio SERVQUAL , que incluía : capacidad de respuesta , seguridad, empatía, elementos tangibles y confiabilidad. Las secuelas mostraron que el ICS general fue de -0.81, lo que muestra insatisfacción con el servicio que ofrece la SUNAT en el centro de atención de Ate. De igual forma, el ICS para la dimensión elementos tangibles fue de 0,02, indicando gusto con el servicio prestado. El ICS para la dimensión de confiabilidad fue de -1,13, indicando insatisfacción con el servicio, y los ICS para las dimensiones de capacidad de tiempo de seguridad, empatía y respuesta fueron de -0,90 y -0,71 respectivamente.

Espinosa, Manrique (2021), tuvo como objetivo en su tema de investigación comprender cómo se relacionan la satisfacción y la lealtad de los compradores de autos de la ciudad de Piura. El diseño de investigación apropiado es correlacional, descriptivo y de campo. Una muestra con 126 individuos que

pasaron el filtro apropiado fue válida para la muestra del presente estudio de 243 participantes. Para la prueba piloto, se utilizaron seis personas debido a limitaciones de tiempo y recursos. Este grupo estuvo conformado por individuos que tenían entre 18 y 70 años de edad, que tenían domicilio permanente en la ciudad de Piura, y que poseían un vehículo, en el entendido de que el vehículo debía tener entre 0 y 5 años de uso.

Noriega (2016), tenía la meta "Confrontar la eficacia, vigilar si la eficacia en un ciclo difiera de la impecable en otro momento que se toma como base de balance". El cual se encuentra bajo un diseño Descriptivo no experimental. De acuerdo con los resultados, podemos observar que el 72% de los encuestados indicó que los materiales relacionados con los servicios que utiliza el Banco BBVA Continental Sucursal Moshoqueque son visualmente atractivos, mientras que solo el 28% indicó que es todo lo contrario. También podemos ver que el 59% de los encuestados indicó que los servicios que brinda el Banco BBVA Continental Sucursal Moshoqueque tienen un buen desempeño. Una atención al cliente afable que asegure una adecuada atención y respuesta a las insuficiencias de los consumidores es primordial en las organizaciones que brindan servicios bancarios.

Martínez (2014), tuvo como objetivo "Utilizar un sistema de cliente oculto para valorar la eficacia del servicio al cliente. El cual se encuentra bajo el diseño metodológico de tipo Descriptivo. Realicé una encuesta fuera del área de las agencias de las organizaciones de microfinanzas en el Centro Comercial Real Plaza, Agencia Principal Balta, Av. Balta, y agencia Moshoqueque. En la agencia Balta hallamos un aumento de variación en la atención al cliente medida por la eficacia de atención y en general, mientras que Real Plaza es la agencia que menor variación consigue la atención al cliente ; mientras que su ubicación está organizada y limpia en la opinión de todos los clientes que no se ven , tiene algunas fallas en la calidad del servicio causadas por clientes que esperan más, son pocos en número, pero las ventanas no se abren al cliente .

Moreno (2019), La aplicación del modelo Servqual es el objetivo para evaluar el nivel de favor en la delegación del banco Pedro Ruz de Chiclayo, Perú. Se trata de un estudio de diseño transversal no experimental. La categoría de esta

indagación reside en que permitirá al Banco mostrar las fallas en el servicio y tomar acciones correctoras. Como resultado, los empleados se favorecerán porque verán aumentos en sus puestos, alcanzarán sus metas y recibirán bonos. como resultado de brindar un mejor servicio a los clientes.

Campos (2022), teniendo como objetivo usar los instrumentos Servqual para medir la eficacia del servicio de educación virtual que brinda la Universidad de Piura. Mediante el diseño y adaptación de la herramienta SERVQUAL se evaluará la educación virtual que brinda la Universidad de Piura en la Facultad de Ingeniería durante el ciclo 2020-2022, específicamente para el programa académico de Ingeniería Industrial y de Sistemas (IIS). Como ejemplo, hay 266 estudiantes en Lima y 555 en Piura. Los estudiantes de tercero a décimo grado han sido tomados en consideración. Por lo tanto, se sugirió que los estudiantes dediquen al menos un año al estudio de la carrera con el fin de obtener una respuesta más confiable por parte de los mismos. Los estudiantes del campus Piura probablemente estarían menos satisfechos con el servicio que están tomando que los alumnos del campus Lima, según los resultados por campus, pero la diferencia es pequeña: es solo 0.125 entre los dos campus.

Cueva (2015), tiene como objetivos En primer lugar presentar la escala SERVQUAL, un nuevo método para calcular la eficacia del servicio que se usa mucho en otros lugares pero que casi nunca se usa en nuestro país. Y, en segundo lugar, aplicar esta metodología a una empresa de servicios típica para que pueda usarse para evaluar los niveles de satisfacción del cliente y brindar a los gerentes una herramienta para implementar estrategias de mejora. Para ello, en primer lugar, se introducen los conceptos de calidad, servicio y calidad de servicio; cada uno de estos debe medirse desde la perspectiva del cliente.

Calvo-Pérez, C. y Landa, A. (2019). Tiene como objetivo evaluar la satisfacción del cliente en relación a la eficacia de servicio. La indagación fue descriptiva y de campo, con un esbozo no práctico y transversal. Se obtuvo un modelo de 224 elementos representativos de la población, y se llegó a estos elementos mediante un muestreador sistemático probabilístico. Se usó como habilidad de cosecha de datos la observación por averiguación. Se utilizó como herramienta una encuesta dirigida a los clientes del restaurante Tao. Se puede evidenciar que

los clientes del restaurante Tao Piura valoran la atención oportuna, la cual es brindada por el 69,9 por ciento de los empleados, y la atención personalizada, la cual es brindada por el 66,4 por ciento de los empleados. Además, dado que muchos clientes los valoran mucho, la preocupación y la comprensión de las necesidades específicas no deben dejarse en suspenso.

Paredes (2018), tuvo como objetivo estar al tanto el nivel de la complacencia de los consumidores internos del área de Back Office Mercado de Capitales en Scotiabank Perú. Para ello, se ejecutaron 5 entrevistas profunda a los trabajadores de la Mesa Directiva del Mercado de Capitales del banco. Los resultados mostraron que el servicio es de mala eficacia ya que viven retrasos en la ejecución de transacciones y en el manejo de llamadas telefónicas. Llamadas de clientes externos. Finalmente, se describe qué causa esta situación y por qué es necesario ajustar el servicio. La población está conformada por 25 empleados de Front Office de Mercado de Capital, y para efectos del estudio se ejecutaron cinco interrogatorios profundos.

Valera (2018), tuvo como objetivo Realizar un "Tipo de Eficacia de Servicio al Cliente", un procedimiento de trabajo de 7 pasos que tiene como objetivo servir mejor a los consumidores de la Estación de Servicios San José I, un emprendimiento que se estudia en la comercialización de combustible a precios reducidos, lubricantes, llantas Michelin y servicios de almacenamiento de vehículos y está ubicado en la ciudad de Piura. La eficacia del servicio al cliente debe sustentarse en políticas, normas y procedimientos de la empresa que involucren a todos los empleados, permitiendo el progreso de habilidades de calidad de servicio específicas para cada negocio que atienden. Como resultado, se debe desarrollar el mejor nivel de servicio para cada segmento de mercado, ya que no todas las empresas tienen un modelo de negocio que corresponde a la misma actividad.

More, Xu (2021), tiene como objetivo realizar un diagnóstico de la altura de eficacia de servicio de la cadena de Restaurantes Don Parce. La investigación es de naturaleza descriptiva, de campo, tiene un rumbo cuantitativo y no es efectivo. La indagación se utiliza un muestreo no probabilístico, y la habilidad de cosecha de datos usara es la reflexión a través de encuestas. Se realiza una

encuesta a 234 clientes de esta cadena mediante una herramienta que mide las 5 dimensiones de la eficacia del servicio según el paradigma SERVQUAL. Esta recolección de datos se realizó entre el 22 de noviembre y el 8 de diciembre de 2020. En una escala del 1 al 5, se descubrió que el valor general para la percepción de la calidad del servicio al cliente era de 3,65 puntos.

Gómez (2020), en su tema de indagación obtuvo como meta plantear estrategias para optimizar la inspección de aptitud del servicio por medio de la metodología Servqual empleándose en la empresa Bureau Veritas del Perú S.A. La indagación es del tipo característico y no efectivo. La investigación emplea una encuesta para preguntar a las empresas que prestaron los servicios y luego las evalúa utilizando cinco criterios: seguridad, objetos tangibles, factibilidad, empatía y capacidad de respuesta. Manejando un boceto pionero que se elaboró del 28 de enero al 1 de febrero de 2019, se examinaron 298 sujetos de una muestra. Los datos fueron recolectados mediante un guía SERVQUAL, el cual fue desarrollado específicamente para la publicación establecida en un ejemplo de disposición de servicio que manifiesta de dos partes: un interrogatorio con 65 ítems para evaluar los 5 aspectos de la eficacia de servicio y las características demográficas del sujeto. Para evaluar todos los aspectos del cuestionario se usó un grado tipo Likert de cinco tantos (siendo 1 extremadamente deficiente y 5 excelente). Los datos se examinaron con SPSS 25.0 y Amos 18.0 para determinar la media, la extravió modelo y el componente de confusión. El puntaje de calidad de servicio más alto en el sector médico con un valor medio fue de 3,73, y el puntaje de calidad de servicio más bajo en el sector de farmacia con el mismo valor medio fue de 3,66.

Guerrero (2018), El objetivo de su nota técnica es determinar el plan de gestión de la calidad del proyecto , que describirá los requisitos de calidad y los estándares aplicables para la gestión del proyecto , al tiempo que enfatiza los estándares que se deben cumplir para cumplir con los requisitos establecidos .por las partes interesadas .Es importante señalar que los requisitos de calidad se aplican a todos los bienes , servicios y equipos utilizados por el equipo del proyecto para lograr resultados , no solo aquellos que se entregan al final del proyecto .Estos pueden incluir fuentes de información , computadoras, diversas

herramientas y equipos y servicios de consultoría que el proyecto utiliza para llevar a cabo sus actividades. Para determinar los requisitos de calidad y las actividades requeridas para completar con éxito los objetivos del proyecto, este proceso requiere técnicas de recopilación de datos como la evaluación comparativa, la afluencia de ideas y las entrevistas. Las actividades de aseguramiento de la calidad garantizarán que el equipo del proyecto y cualquier parte interesada entreguen resultados que cumplan con los altos estándares del proyecto.

Fundamentación teórica

Una de las áreas organizacionales más cruciales es la calidad del servicio, que agrega valor a los bienes que las empresas ofrecen a sus clientes y es fundamental para fomentar una mayor competencia organizacional.

El sostenimiento y lavado de los equipos de refrigeración y aire acondicionado, forman parte de las áreas académicas de la ingeniería industrial, está activamente coordinado con el SGC, Control Administrativo y Actividades Preliminares. (Valencia, 2015)

De acuerdo con Hernández, Fernández, & Baptista (2014), después de definir el dilema, seleccionar los objetivos del estudio y evaluar su aplicabilidad, los investigadores pueden avanzar con el desarrollo y análisis de teorías, modelos o estudios previos relacionados con el desafío de la investigación.

Uno de los aspectos más críticos de las organizaciones es la calidad del servicio, ya que agrega valor a los bienes que los proveedores ofrecen a sus consumidores y es un componente crucial para elevar la competitividad de una organización.

Calidad del servicio

Para (RAE, 2018), “Eficacia es la participación o vinculado de pertenencias inherentes a algo, que admiten calificar su valor”.

Feigenbaum determina la calidad como una noción determinada o definida por el cliente para posibilitar el cotejo de sus ideales con el aprendizaje real que tuvo con el bien o servicio. (Feigenbaum, 1991).

Horowitz especifica que la eficacia del servicio es vista por el cliente como un paquete de beneficios adicionales al producto o servicio requerido. Estos beneficios son el resultado de la reputación, la imagen y el precio de compra de uno. (Horowitz, 1991).

Ishikawa define la calidad e interpreta que, para actuar el examen de eficacia, se debe desenvolver, trazar, fabricar y conservar un producto o servicio de alta eficacia que sea el más rentable, práctico y que satisfaga constantemente al consumidor. (Ishikawa 2020)

Por ende, las diversas definiciones que varios autores pueden brindar, conseguimos concluir que la eficacia tiene una meta central , que es complacer los ideales del cliente en función del bien o servicio brindado, discerniendo que el concepto de satisfacción de cada cliente variará (Schroeder, 2004).

La capacidad de inspirar confianza en el cliente es necesaria para fomentar la seguridad (confianza). Cuando los clientes se encuentran con proveedores de servicios amigables y bien informados, es más probable que sigan siendo clientes de este negocio.

La empatía es más que una interrupción casual en el trabajo. Es el encargo con el cliente, el deseo de alcanzar las insuficiencias precisas del cliente y hallar la mejor manera de satisfacerlas. (Silvana Tejada; 2010).

Concepto de la calidad de Servicio

En la literatura académica se han planteado algunas diferencias de opinión en cuanto a los criterios como resultado de la comprobación de la eficacia del servicio. El principal hace referencia a lo que realmente está sucediendo. Los tres constructos principales que se suelen usar para calcular la eficacia del servicio son la calidad, el agrado y el valor. (Duque, 2005)

El análisis del área ha estado principalmente en la calidad y satisfacción, que ha recibido la menor atención hasta este tiempo. Según Grönroos (2001), la línea que desvía las valoraciones de eficacia de otras preferencias de valoración de servicios no está muy bien especificado. Solo se utilizará el concepto de calidad para lograr los objetivos de este trabajo.

Zeithaml, Parasuraman y Berry desarrollaron la metodología SERVQUAL para evaluar la satisfacción del cliente con un servicio a fin de mejorar la calidad de los servicios prestados por una organización. Esta metodología logró identificar las siguientes cinco características del servicio: confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. (Parasuraman, Zeithaml, & Berry, 1988).

Las pérdidas para la empresa podrían ocurrir por el riesgo de perder la confianza del cliente, no cumplir con sus expectativas y los competidores buscando alternativas. Para planificar adecuadamente las mejoras, es esencial elegir cómo aplicar el modelo Servqual a las evaluaciones de preferencia del cliente.

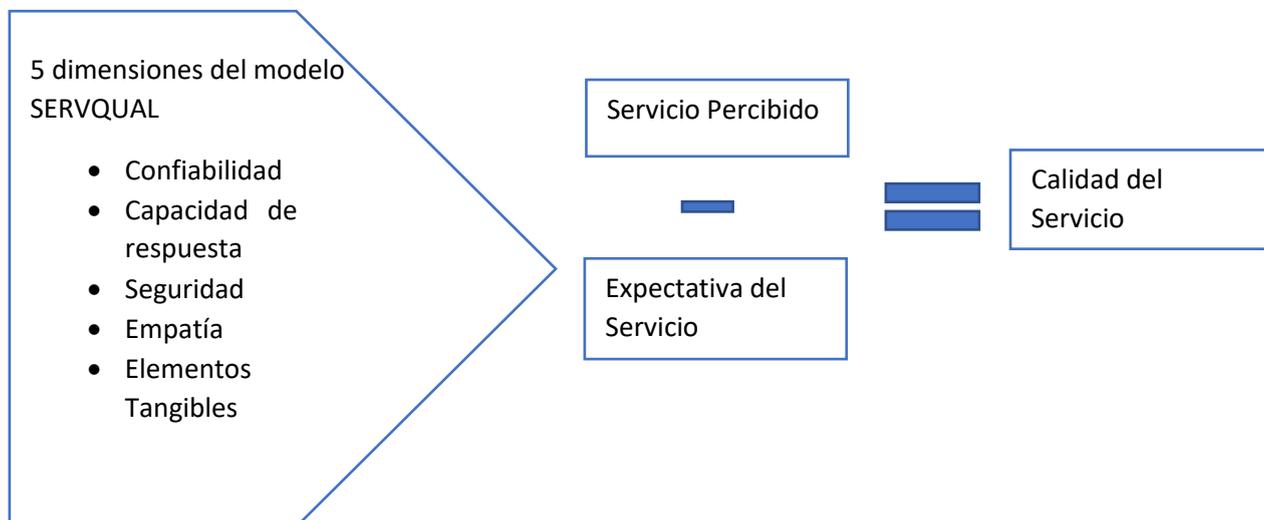


Figura 1 Dimensiones Servqual

Fuente: Elaboración Propia

- Confiabilidad: Forma de ejecutar el servicio de manera cuidadosa y confiable.

- Capacidad de respuesta: Reducir la cantidad de tiempo dedicado a cada cliente al estar disponible y dispuesto a brindar el servicio.
- Seguridad: El conocimiento y la experiencia que se demuestran en el momento del servicio generan credibilidad y confianza en el cliente.
- Empatía: Dispuesto para brindar atención individualizada.
- Elementos Tangibles: Distribución y apariencia de las instalaciones.

Enfoque en la Calidad

Es fundamental reconocer a Edward Deming como parte del enfoque de calidad siendo un pionero en el aseguramiento de la calidad y el creador del ciclo de control de calidad siendo el propio autor.

Deming (2009) “inventó un paradigma donde se garantizaba la calidad mediante la realización de las siguientes cuatro actividades clave: planificación, ejecución, seguimiento y mejora.

Según el ciclo de Deming, esto significa que se requiere una planificación anticipada para lograr la mejora continua del proceso. La planificación anticipada permite la evaluación de los resultados obtenidos durante la fase de control y el establecimiento de acciones correctivas y preventivas, tal como se aprecia en el diagrama presentado a continuación:

Figura 2 Ciclo de Deming



Fuente: Deming (2009). Gestión de Calidad

Elaborado por: Autor.

A fin de mejorar continuamente la calidad de cualquier proceso, es necesario planificar con anticipación indicadores de gestión que puedan ser fácilmente monitoreados a través de los índices de planificación inicial y proporcionar acciones correctivas y preventivas que ayuden a la mejora a largo plazo del bien o servicio que ha sido procesado.

Características de la Calidad del Servicio

Precisamente como la eficacia de un beneficio presenta su propio conjunto de particularidades y dimensiones, la expresión "calidad de servicio" implica lo mismo.

Así mismo Barry y Jayzer Hay (2008), "Las tipologías de un buen servicio incluyen la confiabilidad, la prontitud en la respuesta, la cortesía, la amabilidad, la credibilidad, la seguridad, la declaración y la penetración de las insuficiencias del cliente".

Los tiempos de respuesta rápida, el uso de estándares de etiquetado, la notificación despejada de los bienes del producto o servicio y la seguridad de que el proveedor o el personal de atención al cliente pueden brindar el más alto nivel de servicio ideal son cruciales para maximizar la satisfacción del cliente.

Las empresas actualmente están capacitando a sus empleados para brindar el mejor servicio posible a sus clientes, particularmente en establecimientos económicos frecuentados por una gran demanda potencial de bienes o servicios específicos.

Importancia de la calidad de servicio

En cuanto a un óptimo servicio, es posible demostrar que es fundamental que las empresas cuenten con recursos humanos para el servicio al cliente y poder asegurar que el producto o servicio ofrecido cumpla con las capacidades requeridas satisfaciendo las necesidades del cliente.

Según Pérez, José (2011), La sostenibilidad de la eficacia del servicio está determinada por la organización y los exámenes aplicados a los procesos que están enfocados a la complacencia de sus consumidores.

La frase "calidad de servicio" ahora se usa en todo vínculo de provisión porque los vendedores están obligados a usarla y así responder a las empresas que solicitan sus servicios con los mecanismos adecuados. Una vez que el producto o servicio se ha transformado, la organización es responsable de responder adecuadamente a sus clientes, ya sean estos usuarios finales o canales comerciales.

Según Moreno, Peris y González (2009), la eficacia del servicio es crítica "siendo directamente relacionada con el gusto de las insuficiencias del consumidor, lo que implica minimizar las fallas del producto y del servicio, minimizar el desperdicio de recursos y de tiempo, entre otras cosas".

La calidad del servicio impulsa ventas, incrementa la competitividad de la empresa e incrementa la satisfacción del cliente, asegurando el mantenimiento de relaciones positivas con los clientes.

Satisfacción al cliente

Para (RAE, 2018), la complacencia es la labor de satisfacer requerimientos o demandas, complacer y/o desplazar.

Por otro lado, según Thompson (2015), el término "cliente" se refiere a una persona que depende de un bien o servicio que brinda una organización.

Según, Ruiz (2018), La satisfacción del cliente tiene un punto fundamental, que es la cultura organizacional y el encargo de los practicantes con la visión de la empresa para atraer a este cliente.

Las expectativas son el referente para medir la satisfacción percibida ya que cualquier disparidad entre lo esperado y para el cliente, una señal de insatisfacción es cuando un producto o servicio no está a la altura de las expectativas.

Como consecuencia, se define la complacencia del cliente como la oposición entre lo que esperan de un determinado bien o servicio y lo que realmente experimentan. Un cliente está satisfecho con un producto o servicio que ha recibido, por decirlo de otra forma. Inclusive, logra superar sus ideales. Por esta

razón, es factible ver la noción de satisfacción del cliente como una que está más estrechamente relacionada con la experiencia subjetiva del consumidor con el negocio.

Concepto de Satisfacción al Cliente

El tratamiento de los sistemas de calidad incluye el estudio de la satisfacción del cliente, porque el objetivo principal de la primera variable mencionada es lograr la segunda.

Esto significa que los sistemas de aseguramiento de la calidad utilizan procedimientos para asegurar el más alto nivel de satisfacción del cliente con el servicio o atención brindada.

Según Drake (2009), “el servicio al cliente es un conjunto de actividades interconectadas en las que un proveedor garantiza un nivel adecuado de satisfacción a los clientes pertenecientes a un fragmento de mercado específico”.

El término "satisfacción" se refiere a la capacidad de satisfacer una necesidad o pedido de manera adecuada, de modo que una persona experimente una percepción diferente tanto antes como después de consumir un bien o servicio.

Cuando una organización empresarial procesa bienes o servicios de alta calidad que se comercializan cuidadosamente, la satisfacción del cliente es posible.

Importancia de Satisfacción al Cliente

Los métodos de gestión de la disposición corresponden centrar todos sus esfuerzos en el cliente, lo que implica identificar las necesidades no cubiertas de los clientes en un área de mercado específica donde la organización está activa.

Según Carranza (2011), “La satisfacción del cliente está indisolublemente ligada a la valoración de la eficacia del servicio, ya que revela el éxito del negocio al cumplir con los productos y perspectivas de los clientes”.

Puede ser difícil determinar cuándo un cliente está verdaderamente satisfecho; algunas empresas creían necesario repetir una venta a un cliente en particular.

significaba que el producto o servicio era de alta calidad, por lo que no creían que fuera necesario conocer más al respecto.

III. METODOLOGÍA

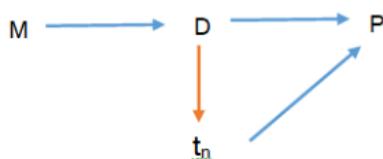
3.1 Tipo y diseño de investigación

La investigación es cuantitativa según Otero (2018) por estudiar la información y la recolección de datos, basada en números, comprobando teorías, es decir, realiza mediciones numéricas a las variables estudiadas con la finalidad de demostrar su relación.

Es aplicada, al poner en práctica el modelo Servqual, para conocer y analizar cada una de las dimensiones para entender el nivel de calidad que brinda la organización y a su vez cual es la captación del servicio que reciben los usuarios.

Asimismo, el diseño de investigación descriptivo transversal es diferenciado por referir y observar contextos en un tiempo delimitado en un ambiente natural, para posteriormente ser examinado (Rodríguez y Mendivelso, 2018, p. 142). La investigación presenta un diseño de investigación descriptivo - propositivo, buscando en el desarrollo de la metodología Servqual encontrar la apreciación de los clientes de la empresa Megaservice EIRL. Donde se enfocarán en las posibles deficiencias para establecer un plan de mejora, representándolo de la forma a continuación:

Figura 3 Plan de mejora



M: Empresa Megaservice EIRL

D: Análisis y Diagnóstico de la situación

t₀: Teorías del modelo Servqual

P: Propuesta de mejora

3.2 Variables y operacionalización

Variable independiente: Modelo Servqual. Según Figueroa (2020), el modelo Servqual es un instrumento de juicio que revela fortalezas y debilidades de calidad en el servicio en la empresa.

Variable dependiente: Plan de Mejora, Trujillo (2012) tiene como intención revelar las debilidades e indicar soluciones posibles a los inconvenientes en la empresa.

La matriz de operacionalización se encuentra adjunta en el anexo 01.

3.3. Población, muestra y muestreo

La presente investigación se tomará por una población infinita, pero debido a las características de los servicios brindados que se generan algunos cuantos, por día, se considerará un muestreo por conveniencia basado en el tiempo, en los meses de agosto y setiembre.

Tabla 1: población, muestra y muestreo

INDICADORES	U.A.	POBLACIÓN	MUESTRA	MUESTREO
N.º de actividades de mejoras	Plan de mejora	Plan de mejora		
N.º de actividades asignadas / responsable	Plan de mejora	Plan de mejora		
Horas hombre / actividad	Plan de mejora	Plan de mejora		
Soles / actividad	Plan de mejora	Plan de mejora		
% de cumplimiento Elementos Tangibles	Cliente de la empresa Megaservice EIRL	Clientes de la empresa Megaservice EIRL	Clientes de la empresa Megaservice EIRL de agosto y setiembre	Por conveniencia
% de cumplimiento Confiabilidad				
% de cumplimiento Capacidad de Respuesta				
% de cumplimiento Seguridad				
% de cumplimiento Empatía				

3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Se manejará como técnica para la recaudación de los datos, según los indicadores, la encuesta, y obtener un desenlace de la evaluación y establecer la dependencia entre las variables en estudio. Arias (2020) menciona que las técnicas de investigación cuantitativas, son instrumentales y operaciones utilizables por los investigadores permitiendo la generación de datos y ordenar el proceso de compilación.

Tabla 2: Técnica e instrumento

INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO	ANEXO
N.º de actividades de mejoras	Análisis documentario	Plan de mejora	
N.º de actividades asignadas / responsable			
Horas hombre / actividad			
Soles / actividad			
% de cumplimiento Elementos Tangibles	Encuesta	Cuestionario (Servqual)	
% de cumplimiento Confiabilidad			
% de cumplimiento Capacidad de Respuesta			
% de cumplimiento Seguridad			
% de cumplimiento Empatía			

3.5. Procedimientos

El modelo Servqual es utilizado para la medida y estudio cuantitativo del nivel de satisfacción de los consumidores dentro del proceso de certificación de ISO 9001, es decir, contrasta esa medición con la estimación de lo que el cliente percibe de ese servicio teniendo en cuenta las dimensiones.

Por consiguiente, estableciendo lo que se menciona como brecha (nivel de calidad del servicio) entre las dos mediciones, se procura proporcionar la postura para todas aquellas operaciones correctoras convenientes que corrijan la calidad de la organización.

Para trasladar esta medida y poder ejecutar el modelo, se asume alcanzar una serie de gestiones, que abreviadamente son:

Figura 4: Procedimiento

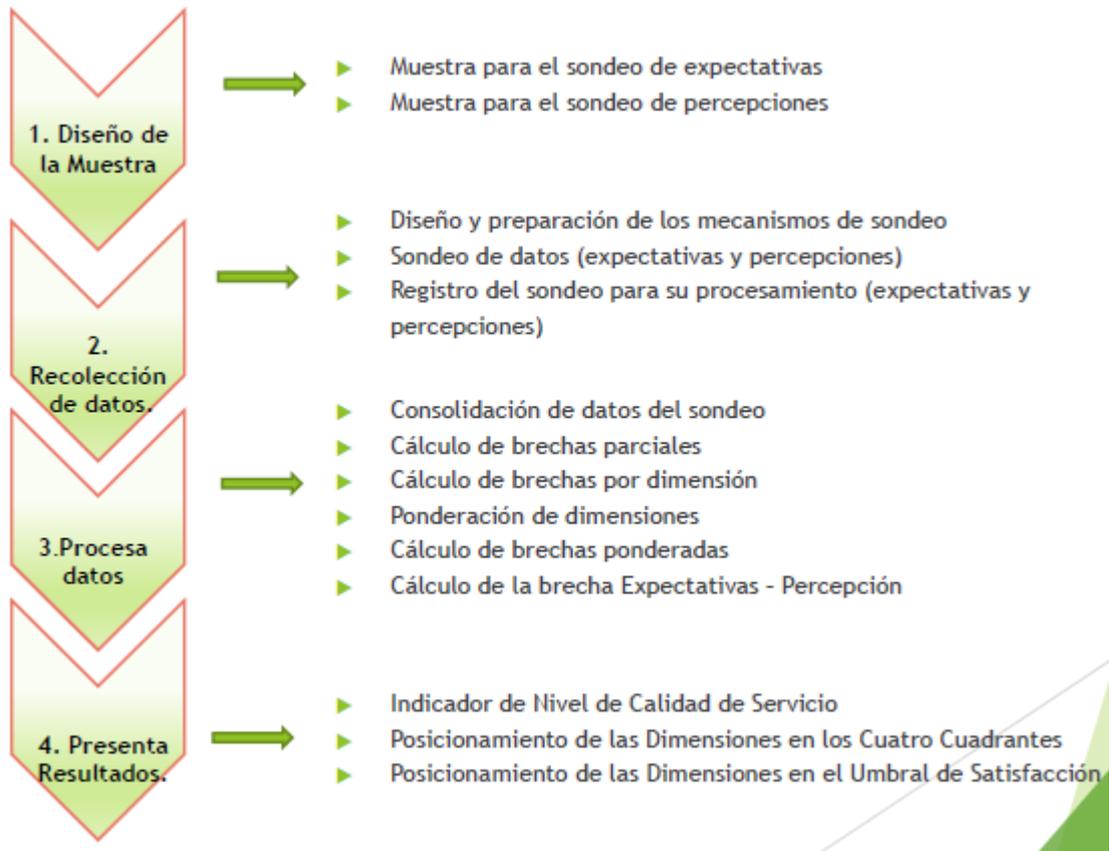
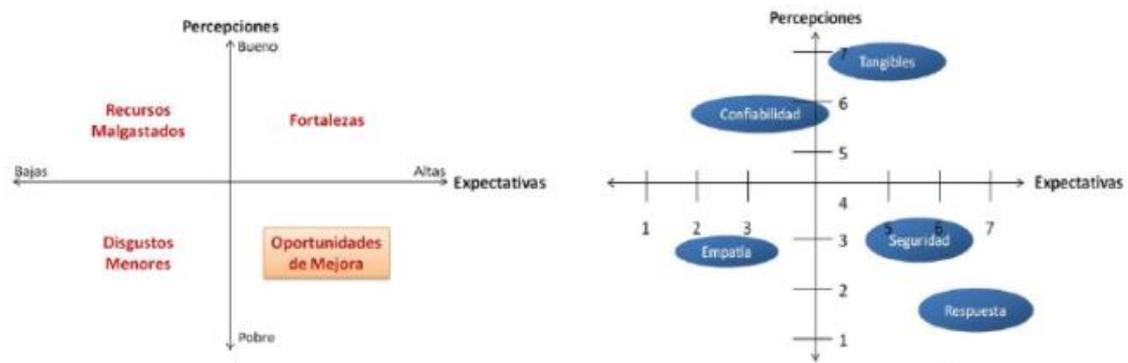


Figura 5: Procedimiento



3.6. Método de análisis de datos

Se manejará el esquema descriptivo estadístico para los datos recolectados, usando un cuestionario, en cual admitirá la organización y solución de los datos utilizando el software SPSS, y se procederá a calcular las medidas de dispersión (desviación estándar).

3.7 Aspectos éticos

Los autores de la presente investigación asumen la responsabilidad de certificar los datos traídos en el trabajo, que sean fidedignos, coherentes, y suficientes para las conclusiones de los objetivos planteados.

IV. RESULTADOS

Se puso en práctica la encuesta, para 17 clientes a quienes se les brindó el servicio en los meses de agosto y primera semana de setiembre cuya tabla resumen se muestra a continuación:

Tabla 03: Resultados de la encuesta con la metodología SERVQUAL

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS				
		CANTIDAD				
		1	2	3	4	5
1	La Empresa Megaservice E.I.R.L. cuenta con equipos adecuados.			1	10	6
2	La infraestructura física de Empresa Megaservice E.I.R.L. es agradables y atractiva para el usuario.				10	7
3	El aspecto del personal de Empresa Megaservice E.I.R.L. es correcto.				12	5
4	Considera cómoda las instalaciones de la Empresa Megaservice E.I.R.L.				10	7
5	Cuando la Empresa Megaservice E.I.R.L. ofrece algo en un tiempo determinado lo ha cumplido.				13	4
6	Cuando tiene un problema, el personal de la "Empresa Megaservice E.I.R.L. muestra sincero interés en resolverlo.			2	15	
7	Empresa Megaservice E.I.R.L., realiza las cosas bien en a la primera.			1	10	6
8	La Empresa Megaservice E.I.R.L. entregan los servicios en el instante en que lo ofrecieron.			2	8	7
9	La Empresa Megaservice E.I.R.L. frecuente servir un sin errores.			1	9	7
10	La Empresa Megaservice E.I.R.L. comunica el momento en que se van a brindar los servicios.			2	9	6
11	El personal de la Empresa Megaservice E.I.R.L. perennemente ofrece una atención precisa.			1	10	6
12	El personal de la Empresa Megaservice E.I.R.L. se manifiesta preparados a ayudar a los clientes.			2	8	7
13	El personal de la Empresa Megaservice E.I.R.L. tiene tiempo disponible para brindar aclaraciones de los clientes.				12	5
14	El proceder del personal la Empresa Megaservice E.I.R.L. infunde confianza en los clientes.				13	4
15	Se aprecia seguro del servicio que brinda la Empresa Megaservice E.I.R.L.			2	8	7
16	El personal Empresa Megaservice E.I.R.L. lo trata con cortesía.			2	9	6
17	El personal de Empresa Megaservice E.I.R.L. se encuentran capacitados para responder sus consultas y/o necesidades.				12	5
18	En la Empresa Megaservice E.I.R.L. le brindan una atención personalizada, haciéndome sentir cómodo y apreciado.				13	4
19	La Empresa Megaservice E.I.R.L., tienen horarios de atención conveniente para prestar sus servicios.				12	5
20	La Empresa Megaservice E.I.R.L. cuenta con personal suficiente para brindar una atención personalizada a todos sus clientes.			4	9	4
21	En la Empresa Megaservice E.I.R.L. tienen como prioridad los intereses de los clientes.			2	9	6
22	El personal de la Empresa Megaservice E.I.R.L. comprende y está atento a los deseos y/o necesidades específicas de sus clientes.			1	9	7

Fuente: Anexo 06 Encuestas

A continuación, se ha procedido a establecer los porcentajes para cada pregunta

Tabla 04: Resultados de la encuesta con la metodología SERVQUAL en %

N°	PREGUNTAS	RESPUESTAS				
		%				
		1	2	3	4	5
1	La Empresa Megaservice E.I.R.L. cuenta con equipos adecuados.			6%	59%	35%
2	La infraestructura física de Empresa Megaservice E.I.R.L. es agradables y atractiva para				59%	41%
3	El aspecto del personal de Empresa Megaservice E.I.R.L. es correcto.				71%	29%
4	Considera cómoda las instalaciones de la Empresa Megaservice E.I.R.L.				59%	41%
5	Cuando la Empresa Megaservice E.I.R.L. ofrece algo en un tiempo determinado lo ha				76%	24%
6	Cuando tiene un problema, el personal de la "Empresa Megaservice E.I.R.L. muestra			12%	88%	0%
7	Empresa Megaservice E.I.R.L., realiza las cosas bien en a la primera.			6%	59%	35%
8	La Empresa Megaservice E.I.R.L. entregan los servicios en el instante en que lo			12%	47%	41%
9	La Empresa Megaservice E.I.R.L. frecuenta servir un sin errores.			6%	53%	41%
10	La Empresa Megaservice E.I.R.L. comunica el momento en que se van a brindar los			12%	53%	35%
11	El personal de la Empresa Megaservice E.I.R.L. perennemente ofrece una atención			6%	59%	35%
12	El personal de la Empresa Megaservice E.I.R.L. se manifiesta preparados a ayudar a los			12%	47%	41%
13	El personal de la Empresa Megaservice E.I.R.L. tiene tiempo disponible para brindar				71%	29%
14	El proceder del personal la Empresa Megaservice E.I.R.L. infunde confianza en los				76%	24%
15	Se aprecia seguro del servicio que brinda la Empresa Megaservice E.I.R.L.			12%	47%	41%
16	El personal Empresa Megaservice E.I.R.L. lo trata con cortesía.			12%	53%	35%
17	El personal de Empresa Megaservice E.I.R.L. se encuentran capacitados para				71%	29%
18	En la Empresa Megaservice E.I.R.L. le brindan una atención personalizada, haciéndome				76%	24%
19	La Empresa Megaservice E.I.R.L., tienen horarios de atención conveniente para prestar				71%	29%
20	La Empresa Megaservice E.I.R.L. cuenta con personal suficiente para brindar una			24%	53%	24%
21	En la Empresa Megaservice E.I.R.L. tienen como prioridad los intereses de los clientes.			12%	53%	35%
22	El personal de la Empresa Megaservice E.I.R.L. comprende y está atento a los deseos			6%	53%	41%

Fuente: Anexo 06 Encuestas

Es necesario que, a pesar que el instrumento esté validado por sus creadores, considerar la confiabilidad del mismo por ser aplicado en un nuevo entorno. Se ingresaron los datos al software SPSS, y es sus pruebas de fiabilidad, se encuentra el cálculo del Alfa de Cronbach, utilizada y cuyos resultados se muestran a continuación:

Tabla 5: Resumen del procesamiento de casos.

Resumen del procesamiento de los casos

		N	%
Casos	Válidos	17	100,0
	Excluidos ^a	0	,0
	Total	17	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables del procedimiento.

Tabla 6: Estadísticos de fiabilidad.

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
0,969	22

Con un Alfa de Cronbach de 0.969, se considera muy fiable los resultados del instrumento. Se procede a analizar los resultados por dimensión, basados en los objetivos específicos:

Se procedió a identificar la percepción de los elementos tangibles de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual:

Tabla 7: Tangibilidad

Tangibilidad				
CLIENTES	PREGUNTAS			
	1	2	3	4
PROM PREG.	4.3	4.4	4.3	4.4
PROM DIMEM	4.35			
BRECHA	0.65			

Las preguntas del 1 al 4 pertenecen a esta dimensión, donde el promedio de respuestas entre las mismas varía entre 4.3 y 4.4, obteniendo el promedio de 4.35. Considerando que la Expectativa más alta estuvo considerada con un valor de 5 en la escala de Likert, la diferencia mostró la brecha, siendo de 0.65.

La segunda dimensión que se ha analizado es la confiabilidad de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual:

Tabla 8: Confiabilidad

Confiabilidad					
CLIENTES	PREGUNTAS				
	5	6	7	8	9
PROM PREG.	4.2	3.9	4.3	4.3	4.4
PROM DIMEM	4.21				
BRECHA	0.79				

Las preguntas del 5 al 9 pertenecen a esta dimensión, donde el promedio de respuestas entre las mismas varía entre 3.9 y 4.4, obteniendo el promedio de 4.21. Considerando que la Expectativa más alta estuvo considerada con un valor de 5 en la escala de Likert, la diferencia mostró la brecha, siendo de 0.79.

Tabla 9: Capacidad de respuesta

Capac. de Respuesta				
CLIENTES	PREGUNTAS			
	10	11	12	13
PROM PREG.	4.2	4.3	4.3	4.3
PROM DIMEM	4.28			
BRECHA	0.72			

Se procedió a evaluar la tercera dimensión, capacidad de respuesta de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual:

Las preguntas del 10 al 13 pertenecen a esta dimensión, donde el promedio de respuestas entre las mismas varía entre 4.2 y 4.3, obteniendo el promedio de 4.28. Considerando que la Expectativa más alta estuvo considerada con un valor de 5 en la escala de Likert, la diferencia mostró la brecha, siendo de 0.72.

La cuarta dimensión, la seguridad de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual, obtuvo los siguientes resultados:

Tabla 10: Seguridad

Seguridad				
CLIENTES	PREGUNTAS			
	14	15	16	17
PROM PREG.	4.2	4.3	4.2	4.3
PROM DIMEM	4.26			
BRECHA	0.74			

Las preguntas del 14 al 17 pertenecen a esta dimensión, donde el promedio de respuestas entre las mismas varía entre 4.2 y 4.3, obteniendo el promedio de 4.26. Considerando que la Expectativa más alta estuvo considerada con un valor de 5 en la escala de Likert, la diferencia mostró la brecha, siendo de 0.74.

La última y quinta dimensión, la empatía de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual, presento como resultados:

Tabla 11: Empatía

Empatía					
CLIENTES	PREGUNTAS				
	18	19	20	21	22
PROM PREG.	4.2	4.3	4	4.2	4.4
PROM DIMEM	4.22				
BRECHA	0.78				

Las preguntas del 18 al 22 pertenecen a esta dimensión, donde el promedio de respuestas entre las mismas varía entre 4.0 y 4.4, obteniendo el promedio de 4.22. Considerando que la Expectativa más alta estuvo considerada con un valor de 5 en la escala de Likert, la diferencia mostró la brecha, siendo de 0.78.

V. DISCUSIÓN

Se ha propuesto un plan de mejora de la calidad de servicio al cliente utilizando el modelo Servqual en la empresa Megaservice E.I.R.L., donde se ha establecido la brecha dentro de sus cinco dimensiones, donde la Tangibilidad muestra la mayor brecha, pero aun así no es una muy alejada de la expectativa. Valera (2018), implementó un Modelo de Calidad de Servicio al Cliente, que tiene como objetivo servir mejor a los clientes de la Estación de Servicios San José I. La calidad del servicio al cliente debe basarse en principios operativos, normas y procedimientos aplicables a todos los empleados de la empresa, lo que permite desarrollar estrategias de calidad del servicio específicas para cada empresa atendida. Por lo tanto, se debe desarrollar el mejor nivel de servicio para cada segmento de mercado, ya que no todas las empresas tienen el mismo modelo de negocio para el mismo tipo de negocio.

El nivel de percepción respecto a los elementos tangibles de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual alcanzó una brecha de 0.65 de los 5 puntos evaluados como expectativa. Noriega (2016), Comparó la calidad y vio si la calidad de un período difiere de la calidad de otro período como punto de referencia. En base a los resultados, podemos observar que el 72% de los encuestados estuvo de acuerdo en que los materiales de servicio del Banco BBVA Continental Sucursal Moshoque son visualmente atractivos, mientras que solo el 28% estuvo en desacuerdo.

La percepción respecto a la confiabilidad de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual alcanzó los 0.79. Gadea, Morquecho, Pérez, Morales, (2018). Adaptó el cuestionario SERVQUAL para evaluar la calidad de los servicios educativos que se brindan en los currículos de educación física y salud en México. En general, la actividad física y las medidas de movimiento se consideran con el único fin de mejorar la condición física y promover estilos de vida saludables. Por lo tanto, la evaluación de la calidad en la educación superior requiere cada vez más de mecanismos innovadores que cuenten con alta confiabilidad y validez y que sean de fácil uso por parte de los gestores académicos.

Establecer el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual siendo la brecha de 0.72 de cinco puntos evaluados como expectativa. Reyes, Silva (2020), presentó como finalidad comprender cómo la comunicación externa puede mejorar el nivel de atención al cliente según el modelo Servqual, el cual se utiliza como tema de investigación en la Clínica SAC de Chiclayo Oncorad. Al implementar una estrategia de comunicación externa y comparar las pruebas antes y después, Oncorad SAC - Clínica Chiclayo pudo confirmar que la estrategia de comunicación externa mejoró el servicio al cliente.

Respecto a la seguridad de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual, su brecha alcanzo los 0.74. Vega (2014), en su tema "Gestión de Recursos Humanos y Modelado de Calidad de Servicio en las Sucursales Macas de Banco Austro SA", su propósito fue crear un modelo de gestión de recursos humanos y calidad de servicio para Austro Banco Sucursal Macas SA. El factor más importante de servicio al cliente recibió el 63% de interés, pero es importante señalar que la seguridad no es parte de la relación entre el cliente y la institución financiera. Sin embargo, las encuestas de opinión no están de acuerdo.

La empatía de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual. Obtuvo una brecha de 0.78. Martínez (2012), tuvo como objetivo "establecer el nivel en que se aplica el servicio al cliente en las agencias bancarias de la Mesilla Huehuetenango", Como resultado, el 53 % de los empleados cree que un servicio amable los ayuda a ganar nuevos clientes, mientras que el 7 % cree que un servicio eficiente, rápido y confiable aumenta las ventas de productos, amplía el alcance y aumenta la lealtad de los clientes.

VI. CONCLUSIONES

Se identificó el nivel de percepción respecto a los elementos tangibles de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual, el que resulto de 4.35, considerado como bueno.

Se determinó el nivel de percepción respecto a la confiabilidad de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual, que obtuvo la valoración de 4.21 de 5.0, considerado como bueno.

Se estableció el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual cuyo valor fue de 4.28, considerado bueno.

Se reconoció el nivel de percepción respecto a la seguridad de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual que logró una valoración de 4.26, que se considera bueno.

Se evaluó el nivel de percepción respecto a la empatía de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual que obtuvo un puntaje de 4.22, considerado como bueno.

Con los resultados de las 5 dimensiones, se propone un plan de mejora de la calidad de servicio al cliente utilizando el modelo Servqual en la empresa Megaservice E.I.R.L., que se presenta en el anexo 05, centrándose en la capacitación del personal para mejorar la calidad de servicio y lograr en un futuro consumir con las expectativas de los clientes de la empresa.

VII. RECOMENDACIONES

La aplicación del plan de mejora basado en la capacitación deberá implementarse para buscar una competitividad mayor en el mercado.

Mantener motivado al personal para que pueda realizar los servicios siguiendo lo aprendido en las capacitaciones, haciendo comprender que el trabajo que realizan para cada cliente es importante debido que dependerá si el mismo regresa con futuro servicios, los recomienda y aumenta el trabajo, que se puede resumir en ingresos para la empresa.

Analizar la oportunidad de trabajar bonos de productividad para los servicios que logren conformidades de nivel MUY BUENO.

Tener un control de los servicios que permita registrar el nivel de conformidad de los clientes que se adapte a la evaluación del personal.

El modelo Servqual debe implementarse como una práctica anual para poder comparar los avances o bajas en las cinco dimensiones de estudio, y plantear mejoras que se consideren en los planes operativos de la empresa.

REFERENCIAS

- ARELLANO Díaz, H. (2017). La calidad en el servicio como ventaja competitiva. *Revista Dominio de las Ciencias*. (3), 72-83. 2017.
- ARIAS, José. Proyecto De Tesis Guía Para La Elaboración 2020. Arequipa. ISBN: 978-612-00-5416-1. Fecha de consulta 20 de mayo del 2022. Disponible en:
https://repositorio.concytec.gob.pe/bitstream/20.500.12390/2236/1/Arias_Gonzales_ProyectoDeTesis_libro.pdf.
- BOADA-Niño, A. V., BARBOSA-López, A. M., & COBO-Mejía, E. A. (2019). Percepción de los usuarios frente a la calidad de atención en salud del servicio de consulta externa según el modelo SERVQUAL. *Revista Investigación En Salud Universidad De Boyacá*, 6(1), 55–71.
- BUSTAMANTE, V. (2018). Mejora de procesos para incrementar la calidad del servicio que brinda una empresa de aire acondicionado. [Tesis de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Ingeniería Industrial, Escuela Profesional de Ingeniería Industrial]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.
- CALVO-PÉREZ, C. y LANDA, A. (2019). Medición de la satisfacción del cliente en el restaurante TAO. Programa Académico de Administración de Empresas.
- CUEVA, V. (2015). Evaluación de la calidad percibida por los clientes del Hotel Los Portales a través del análisis de sus expectativas y percepciones. Tesis de pregrado no publicado en Ingeniería Industrial y de Sistemas. Universidad de Piura. Facultad de Ingeniería. Programa Académico de Ingeniería Industrial y de Sistemas. Piura, Perú
- DEL ÁGUILA (2015). Calidad de servicio en la percepción de los usuarios de la UGEL San Martín, 2015. PROGRAMA DE COMPLEMENTACIÓN UNIVERSITARIA.
- ESPINOSA, Manrique (2021). Estudio del vínculo entre la satisfacción y la lealtad de los compradores de vehículos en la provincia de Piura del año 2021. FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
- ESTRELLA (2018). Calidad del servicio en el centro de servicio al contribuyente SUNAT - Ate - 2016. Ciencias Empresariales.
- FIGUEROA, Soledad. Calidad del servicio del Centro de Mejor Atención al Ciudadano y su incidencia en la satisfacción del usuario, Ventanilla 2020. Lima: s.n. Fecha de consulta 01 de junio del 2022.
- GADEA-Cavazos, E.A., MORQUECHO-Sánchez, R, PÉREZ-García, J.A., MORALES-Sánchez, V. (2018). Adaptación del cuestionario SERVQUAL para la evaluación de la calidad del servicio educativo en la asignatura

de Cultura Física y Salud en México. Cuadernos de Psicología del Deporte,18(3), 150-162.

- GÓMEZ (2020). Propuesta de Estrategias de Mejora de la Calidad de Servicio Utilizando el Modelo SERVQUAL en Bureau Veritas del Perú S.A. Talara 2020.s.n.rep.ucv.edu.pe. Piura.
- GUERRERO (2018). NOTA TÉCNICA: CALIDAD DEL PROYECTO. Área Departamental de Ingeniería Industrial y de Sistemas.
- HERNÁNDEZ (2015). Determinar cuál es la relación existente entre la Calidad de Servicio y Fidelidad del Cliente en el Minimarket Adonay E.I.R.L de Andahuaylas2015.
- IBARRA, Espinoza, Casa (2014). Aplicación del modelo Servqual para evaluar la calidad en el servicio en los hospitales públicos de Hermosillo, Sonor, 2014.
- MORE, V. y Xu, J. (2021). Diagnóstico de la calidad del servicio para la cadena de restaurantes Don Parce. Programa Académico de Administración de Empresas. Piura, Perú.
- MORENO, J. (2019). Aplicación del modelo Servqual para medir la calidad de servicio en el Banco de Crédito – Agencia Pedro Ruíz de la ciudad de Chiclayo (Trabajo de investigación de Máster en Dirección y Gestión Empresarial). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Piura, Perú.
- MOROCHO. 2018. Calidad de servicio y satisfacción del cliente de la empresa Alpecorp S.A. 2018
- MURILLO (2019). Nivel de Calidad de Servicio aplicando el Modelo SERVQUAL en la empresa Dog Bull, Lima, 2019.
- NOVOA, M. y Regalado, T. (2017). Análisis de la relación entre clima laboral y satisfacción del cliente en la empresa Oltursa - Piura y Chiclayo (Tesis de licenciatura en Administración de Empresas). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Administración de Empresas. Piura, Perú.
- OTERO, Alfredo. Enfoques de investigación 2018. Fecha de consulta 12 de mayo del 2022. Disponible en:
https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf

- PAREDES, C. (2018). Impacto de la calidad de atención en la satisfacción de los clientes internos del área de Back Office Mercado de Capitales en Scotiabank Perú S.A. (Trabajo de Suficiencia Profesional de licenciatura en Administración de Empresas). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Administración de Empresas. Piura, Perú.
- PEÑAFORT, RAMÍREZ, GARCÍA (2020). Calidad del servicio en una Clínica de Bucaramanga bajo la aplicación del Modelo Servqual. Revista FACCEA, Universidad de la Amazonia, Vol. 10(1), 54-62. 2020.
- PÉREZ Dávila, W., TÓRREZ Robleto, C., CAMACHO Martínez, R., & VAN DE VELDE, W. (2016). Propuesta de un plan de mantenimiento preventivo para centrales de aire acondicionado. Revista Científica De FAREM-Estelí, (15), 25–34.
- PINEDO (2017). La calidad del servicio y satisfacción del estudiante dentro de la aplicación de las buenas prácticas del sistema de formación profesional en el Centro Técnico Productiva – CETPRO – Daniel Villar de Caraz, 2017.
- Rev. Dialnet. FUNDAMENTOS DE LA CALIDAD DE SERVICIO, EL MODELO SERVQUAL. ISSN 1390-3748, Vol. 13, N.º. 2, 2019.
- Rev. Dialnet. Servicio al cliente: desde una perspectiva del modelo SERVQUAL. 593 digital Publisher CEIT, ISSN-e 2588-0705, Vol. 5, N.º. 3, 2020.
- Rev. Investigación y Negocios. Aplicación del modelo SERVQUAL en la prestación de servicio de las empresas de transporte aéreo.vol.10 no.15 Sucre jun. 2017.
- Rev.fac.med. Modelos SERVQUAL y SERVQHOS para la evaluación de calidad de los servicios de salud vol.64 no.4 Bogotá Oct./Dec. 2016.
- REYES, Esqueche (2020). Comunicación Externa para Mejorar la Calidad de Atención al Cliente según el Modelo Servqual de la Clínica Oncorad S.A.C – Chiclayo. Rep.ucv.edu.pe. Lima.
- RODRÍGUEZ, M. y MENDIVELSO, F. Diseño de investigación de corte transversal
2018. Revista Médica Sanitas. Fecha de consulta 12 de mayo del 2022. Disponible en: https://www.researchgate.net/profile/Fredy-Mendivelso/publication/329051321_Disenos_de_investigacion_de_Corte_Transversal/links/5c1aa22992851c22a3381550/Diseno-de-investigacion-de-Corte-Transversal.pdf
- SOLANO Bernabé Luis Ángelo (2018), EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE SERVICIO AL CLIENTE BASADO EN EL MODELO SERVQUAL EN LA

TRUJILLO, María. Plan De Mejoramiento En El Servicio Al Cliente Bajo Los Lineamientos Del Sistema De Gestión De Calidad Para Cenda Diagnostico Automotor.S.A. Tesis (Grado de Administrador de Empresa) Santiago de Cali: Universidad Autónoma de Occidente. 2012. Fecha de consulta 27 de mayo del 2022. Disponible en <https://red.uao.edu.co/bitstream/handle/10614/2995/TAD00932.pdf;jsessionid=E256138483AF21632B70C00276B3D8F0?sequence=1>

ANEXOS

Anexo 01: Operacionalización de variables

VARIABLE DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	ESCALA DE MEDICIÓN
Variable Dependiente: Plan de mejora	Un plan de mejora son actividades de cambio en una organización con el objetivo primordial de aumentar la eficiencia de las distintas operaciones que desarrollo en forma constante. (AITECO Consultores S.L., 2019)	La aplicación del plan de mejora se realiza mediante sus cuatro etapas, las cuales son: actividades de mejora, los responsables, el tiempo empleado y costo.	Actividades de mejora	N.º de actividades de mejoras	Razón
			Responsables	N.º de actividades asignadas/ responsable	Razón
			Tiempo empleado	Horas hombre / actividad	Razón
			Costo	Soles/actividad	Razón
Variable Independiente: Modelo Servqual	Según Figueroa (2019), nos dice que el modelo Servqual Es una herramienta de diagnóstico que descubre las debilidades y fortalezas de la empresa en área de calidad en el servicio	Encuesta realizada en las cuales se evaluarán las brechas de las 5 dimensiones con respecto a la calidad de servicio.	Elementos Tangibles	% cumplimiento	Razón
			Confiabilidad	% cumplimiento	
			Capacidad de respuesta	% cumplimiento	
			Seguridad	% cumplimiento	
			Empatía	% cumplimiento	

Anexo 02: Matriz de consistencia

OBJETIVOS	PREGUNTAS	OBJETIVOS	INDICADORES	POBLACIÓN	TÉCNICA E INSTRUMENTOS
OBJETIVO GENERAL	¿Qué plan de mejora debe considerarse para mejorar la calidad de servicio utilizando el modelo Servqual en la empresa Megaservice E.I.R.L.?	Proponer un plan de mejora de la calidad de servicio al cliente utilizando el modelo Servqual, en la empresa Megaservice E.I.R.L.	N° de actividades de mejoras N° de actividades asignadas / responsable Horas hombre / actividad Soles/actividad	Plan de mejora	

<p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p>	<p>¿Cómo es el nivel de percepción respecto a los elementos tangibles de los servicios en la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual?;</p> <p>¿Cómo es el nivel de percepción respecto a la confiabilidad de los servicios en la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual?;</p> <p>¿Cómo es el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta de los servicios en la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual?;</p> <p>¿Cómo es el nivel de percepción respecto a la seguridad de los servicios en la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual?;</p> <p>¿Cómo es el nivel de percepción respecto a la empatía de los servicios en la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual?;</p>	<p>Identificar el nivel de percepción respecto a los elementos tangibles de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual;</p> <p>Determinar el nivel de percepción respecto a la confiabilidad de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual;</p> <p>Establecer el nivel de percepción respecto a la capacidad de respuesta de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual;</p> <p>Reconocer el nivel de percepción respecto a la seguridad de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual;</p> <p>Evaluar el nivel de percepción respecto a la empatía de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual.</p>	<p>% cumplimiento</p>	<p>Clientes de la empresa Megaservice EIRL</p>	<p>Encuesta como técnica de recolección y el cuestionario como instrumento.</p>
------------------------------	---	---	-----------------------	--	---

Anexo N.º04: Formato de encuesta

		Total, Desacuerdo					Total, Acuerdo					
cód	N.º	Dimensión Elementos Tangibles	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
T1	1	"empresa Megaservice E.I.R.L.". Cuenta con equipos apropiados.	1	2	3	4	5					
T2	2	Las instalaciones físicas de "empresa Megaservice E.I.R.L.". son agradables y atractivas para el usuario.	1	2	3	4	5					
T3	3	La apariencia del personal de "empresa Megaservice E.I.R.L." es impecable.	1	2	3	4	5					
T4	4	En la "empresa Megaservice E.I.R.L." Considera cómodos los asientos de los buses.	1	2	3	4	5					
Dimensión Confiabilidad												
C1	5	Cuando la "empresa Megaservice E.I.R.L.". Promete hacer algo en un tiempo determinado lo ha cumplido.	1	2	3	4	5					
C2	6	Cuando el pasajero tiene un problema, el personal de la "empresa Megaservice E.I.R.L.". Muestra sincero interés en resolverlo.	1	2	3	4	5					
C3	7	La "empresa Megaservice E.I.R.L.", realiza las cosas bien en la primera oportunidad.	1	2	3	4	5					
C4	8	"empresa Megaservice E.I.R.L.", entregan los servicios a los pasajeros en el momento en que lo prometieron.	1	2	3	4	5					
C5	9	"empresa Megaservice E.I.R.L.", tratan de lograr un servicio sin errores.	1	2	3	4	5					
Dimensión Capacidad de respuesta												
R1	10	La "empresa Megaservice E.I.R.L.", informa a los pasajeros en el momento en que se van a brindar los servicios.	1	2	3	4	5					
R2	11	El personal de la "empresa Megaservice E.I.R.L.", siempre brinda una atención puntual a los pasajeros.	1	2	3	4	5					
R3	12	El personal de "empresa Megaservice E.I.R.L.", se muestran dispuestos a ayudar a los pasajeros.	1	2	3	4	5					
R4	13	El personal de "empresa Megaservice E.I.R.L.", tiene tiempo disponible para atender las consultas de los pasajeros.	1	2	3	4	5					
Dimensión seguridad												
S1	14	El comportamiento del personal "empresa Megaservice E.I.R.L.", inspira confianza en los pasajeros.	1	2	3	4	5					

S2	15	Me siento seguro del servicio que brinda "Empresa Megaservice E.I.R.L."	1	2	3	4	5
S3	16	El personal de "empresa Megaservice E.I.R.L.", me trata con cortesía.	1	2	3	4	5
S4	17	El personal de "empresa Megaservice E.I.R.L.", se encuentran capacitados para responder a mis consultas y/o necesidades.	1	2	3	4	5
Dimensión Empatía							
E1	18	En "empresa Megaservice E.I.R.L.v", me brindan una atención personalizada, haciéndome sentir importante y apreciado.	1	2	3	4	5
E2	19	"empresa Megaservice E.I.R.L.", tienen horarios de atención conveniente en sus servicios para atender a todos sus pasajeros.	1	2	3	4	5
E3	20	"empresa Megaservice E.I.R.L.", cuenta con suficiente personal para brindar una atención personalizada a todos pasajeros.	1	2	3	4	5
E4	21	"empresa Megaservice E.I.R.L.", tienen como prioridad los intereses de los pasajeros.	1	2	3	4	5
E5	22	El personal de "empresa Megaservice E.I.R.L." comprende y está atento a sus deseos y/o necesidades específicas.	1	2	3	4	5

Anexo 05: Plan de mejora

Carátula



PLAN DE MEJORA DE LA CALIDAD DE SERVICIO

Piura, 2023

Introducción

Perú ha mantenido un crecimiento constante en los últimos años, lo que ha hecho que los mercados de todos los sectores económicos se expandan. Como resultado, las organizaciones deben tener información fresca y actualizada para tomar decisiones que les permitan permanecer, crecer y desarrollarse en el mercado. El modelo SERVQUAL se utilizará porque permite calcular la calidad del servicio. En el interior, permite la recogida de datos para determinar las diferencias o debilidades entre la elección de las prioridades competitivas de la empresa y los aspectos de la oferta global de servicios que son principalmente cualificados por sus clientes.

Siendo el interés de las empresas por cuestiones como el entorno de trabajo y la satisfacción del cliente ha crecido drásticamente en los últimos años en todo el mundo. Esto se debe a la rápida evolución de las empresas y a la intensa competencia entre ellas en diversas industrias, lo que da lugar a clientes más demandantes a la hora de comprar bienes o servicios.

La competencia en el norte peruano se incrementa día a día siendo esta una zona donde se vive una sensación térmica alta casi todo el año, por consiguiente, nuevas empresas que se dedican al rubro de la refrigeración y aire acondicionado optan por ofrecer nuevos productos, realizan promociones (bajos precios, estrategias comerciales), todo esto con la finalidad de captar y fidelizar clientes, ofreciendo el mejor servicio posible.

Las empresas de hoy en día buscan constantemente nuevas tecnologías y mejoras de los procesos para convertirse en más eficientes y, en consecuencia, aumentar los beneficios. Los clientes, como los procesos, están cambiando a medida que el perfil actual de los consumidores se vuelve más demandado, gracias a la tecnología que les permite estar más informados sobre los beneficios de productos o servicios específicos, e incluso tienen acceso a toda la información de los principales competidores en un mercado determinado.

La satisfacción del cliente es uno de los indicadores más importantes de la calidad de un servicio, y se determina por la diferencia entre lo que el cliente piensa del servicio después de la experiencia y las expectativas que se forman

antes de contratarlo. Dadas las características de un servicio, la relación de cada cliente entre las percepciones y las expectativas es única, y es importante recordar que él, no el proveedor del servicio, la determina. La satisfacción del cliente puede verse influenciada por el proveedor que intenta cumplir (o, en el mejor de los casos, superar) las expectativas del cliente, o, si es necesario, manipular las expectativas para que el valor percibido del cliente no supere ellas.

En consecuencia, la calidad del servicio es subjetiva; está directamente relacionada con lo que el cliente percibirá, es decir, el juicio que haga sobre la excelencia o la superioridad del servicio. La capacidad del proveedor de servicios para conocer y comprender las necesidades del cliente, así como el esfuerzo y la eficiencia con los que se lleva a cabo el proceso y el coste que incurre el cliente para acceder al servicio, determinarán el resultado. Es interesante tener en cuenta que el coste incluye no sólo el precio del servicio, sino también el valor de la ubicación, el tiempo y el formato que proporciona. Sin embargo, para que un servicio sea considerado de alta calidad, esta percepción positiva debe ser consistente, es decir, debe producirse repetidamente, no sólo con un cliente, sino con varios en diferentes momentos. Dado que se trata de una tarea difícil, el uso de un modelo de gestión de servicios para guiar a la empresa hacia una cultura de calidad es eficaz.

1. Problema observado

PIURA MEGASERVICE E.I.R.L, una empresa de refrigeración y aire acondicionado, comenzó sus operaciones en 1996 y ha experimentado un crecimiento continuo y un posicionamiento dentro del mercado local; sin embargo, los procesos de gestión no se han actualizado y optimizado en respuesta a este crecimiento, lo que ha provocado problemas actuales como la rotación del personal, la mala eficiencia de la planta, la baja productividad y el impacto medioambiental. En este sentido, el desarrollo del modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa MEGASERVICE E.I.R.L es necesario en un contexto económico y productivo, para lograr un mejor posicionamiento y expandirse a otros segmentos del mercado.

Se procedió a identificar la percepción de los elementos tangibles de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual;

Tangibilidad				
CLIENTES	PREGUNTAS			
	1	2	3	4
PROM PREG.	4.3	4.4	4.3	4.4
PROM DIMEM	4.35			
BRECHA	0.65			

Las preguntas del 1 al 4 pertenecen a esta dimensión, donde el promedio de respuestas entre las mismas varía entre 4.3 y 4.4, obteniendo el promedio de 4.35. Considerando que la Expectativa más alta estuvo considerada con un valor de 5 en la escala de Likert, la diferencia mostró la brecha, siendo de 0.65.

La segunda dimensión que se ha analizado es la confiabilidad de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual:

Confiabilidad					
CLIENTES	PREGUNTAS				
	5	6	7	8	9
PROM PREG.	4.2	3.9	4.3	4.3	4.4
PROM DIMEM	4.21				
BRECHA	0.79				

Las preguntas del 5 al 9 pertenecen a esta dimensión, donde el promedio de respuestas entre las mismas varía entre 3.9 y 4.4, obteniendo el promedio de 4.21. Considerando que la Expectativa más alta estuvo considerada con un valor de 5 en la escala de Likert, la diferencia mostró la brecha, siendo de 0.79.

Se procedió a evaluar la tercera dimensión, capacidad de respuesta de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual:

Capac. de Respuesta					
CLIENTES	PREGUNTAS				
	10	11	12	13	
PROM PREG.	4.2	4.3	4.3	4.3	
PROM DIMEM	4.28				
BRECHA	0.72				

Las preguntas del 10 al 13 pertenecen a esta dimensión, donde el promedio de respuestas entre las mismas varía entre 4.2 y 4.3, obteniendo el promedio de 4.28. Considerando que la Expectativa más alta estuvo considerada con un valor de 5 en la escala de Likert, la diferencia mostró la brecha, siendo de 0.72.

La cuarta dimensión, la seguridad de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual, obtuvo los siguientes resultados:

Seguridad				
CLIENTES	PREGUNTAS			
	14	15	16	17
PROM PREG.	4.2	4.3	4.2	4.3
PROM DIMEM	4.26			
BRECHA	0.74			

Las preguntas del 14 al 17 pertenecen a esta dimensión, donde el promedio de respuestas entre las mismas varía entre 4.2 y 4.3, obteniendo el promedio de 4.26. Considerando que la Expectativa más alta estuvo considerada con un valor de 5 en la escala de Likert, la diferencia mostró la brecha, siendo de 0.74.

La última y quinta dimensión, la empatía de los servicios de la empresa Megaservice E.I.R.L. aplicando el modelo Servqual, presento como resultados:

Empatía					
CLIENTES	PREGUNTAS				
	18	19	20	21	22
PROM PREG.	4.2	4.3	4	4.2	4.4
PROM DIMEM	4.22				
BRECHA	0.78				

Las preguntas del 18 al 22 pertenecen a esta dimensión, donde el promedio de respuestas entre las mismas varía entre 4.0 y 4.4, obteniendo el promedio de 4.22. Considerando que la Expectativa más alta estuvo considerada con un valor de 5 en la escala de Likert, la diferencia mostró la brecha, siendo de 0.78.

2. Soluciones posibles

La capacitación debe ser una primera e inmediata medida a tomar. Los temas a tratar se encuentran a continuación:

Temas	Dimensión	Subtemas
Inducción a los clientes acerca del servicio	Tangibilidad	La importancia de informar a los clientes acerca del servicio
		Brochure como estrategia para informar al cliente
		Casos prácticos
Manejo de técnicas para la solución de problemas	Fiabilidad	Inteligencia emocional
Etiqueta y protocolo		Gestión del estrés
		Autocontrol
		Casos prácticos
		La imagen empresarial
		Marca Personal
		Impacto del Covid 19 en las empresas
Protocolos de Bioseguridad		
Comunicación efectiva	Capacidad de Respuesta	Identidad laboral
Manejo de Tips para mejorar la atención al cliente		Comunicación asertiva
		Trabajo en equipo
		Liderazgo
		Casos prácticos
		El cliente y sus características
		Tipos de Clientes
		Tips para mejorar la atención al cliente
		La Rapidez del servicio
		Casos prácticos
Técnicas para generar confianza con el cliente	Seguridad	Las 4 técnicas la confianza para generar confianza con el cliente: Contenido de valor, certificaciones, testimonios y storytelling
		Casos prácticos
Habilidades Sociales	Empatía	Tipos de Habilidades Sociales
		Asertividad
		Escucha activa
		Casos prácticos

3. Plazos de implementación, Responsables y Presupuesto

Objetivos	Estrategia	Temática de la Capacitación	Contenidos de la temática	Responsable	N° Colaboradores	Metodología de trabajo	Duración	Materiales	Presupuesto
Mejorar la participación del colaborador en la resolución de problemas	Hacer partícipe al colaborador en desarrollar estrategias que le permita solucionar problemas	Manejo de técnicas para la solución de problemas	Inteligencia emocional Gestión del estrés Autocontrol Casos prácticos	Facilitador externo Consultora Aplica	15 colaboradores	Exposición virtual del ponente	03 horas	Laptop, Diapositivas folleto, USB	S/550
Lograr que el Personal sea más comunicativo, eficiente y ágil	Establecer un sistema de comunicación interna para hacer más eficiente la toma de decisiones del personal	Comunicación efectiva	Identidad laboral Comunicación asertiva Trabajo en equipo Liderazgo Casos prácticos	Facilitador externo Consultora Aplica	15 colaboradores	Exposición virtual del ponente	04 horas	Laptop, Diapositivas folleto, USB	S/700
Mejorar la atención al cliente	Brindar al colaborador tips que le permita Atender mejor a los clientes	Manejo de Tips para mejorar la atención al cliente	El cliente y sus características Tipos de Clientes	Facilitador externo Consultora Aplica	15 colaboradores	Exposición virtual del ponente	03 horas	Laptop, Diapositivas folleto, USB	S/550

Anexos

			Total,	Total			
cód	N.º	Dimensión Elementos Tangibles					
T1	1	La "Empresa Megaservice E.I.R.L.". Cuenta con equipos apropiados.	1	2	3	4	5
T2	2	Las instalaciones físicas de "empresa Megaservice E.I.R.L.". son agradables y atractivas para el usuario.	1	2	3	4	5
T3	3	La apariencia del personal de "empresa Megaservice E.I.R.L." es impecable.	1	2	3	4	5
T4	4	En la "empresa Megaservice E.I.R.L." Considera cómodos los asientos de los buses.	1	2	3	4	5
		Dimensión Confiabilidad					
C1	5	Cuando la "empresa Megaservice E.I.R.L.". Promete hacer algo en un tiempo determinado lo ha cumplido.	1	2	3	4	5
C2	6	Cuando el pasajero tiene un problema, el personal de la "empresa Megaservice E.I.R.L.". Muestra sincero interés en resolverlo.	1	2	3	4	5
C3	7	La "empresa Megaservice E.I.R.L.", realiza las cosas bien en la primera oportunidad.	1	2	3	4	5
C4	8	"empresa Megaservice E.I.R.L.", entregan los servicios a los pasajeros en el momento en que lo prometieron.	1	2	3	4	5
C5	9	"empresa Megaservice E.I.R.L.", tratan de lograr un servicio sin errores.	1	2	3	4	5
		Dimensión Capacidad de respuesta					
R1	10	La "empresa Megaservice E.I.R.L.", informa a los pasajeros en el momento en que se van a brindar los servicios.	1	2	3	4	5
R2	11	El personal de la "empresa Megaservice E.I.R.L.", siempre brinda una atención puntual a los pasajeros.	1	2	3	4	5
R3	12	El personal de "empresa Megaservice E.I.R.L.", se muestran dispuestos a ayudar a los pasajeros.	1	2	3	4	5
R4	13	El personal de "empresa Megaservice E.I.R.L.", tiene tiempo disponible para atender las consultas de los pasajeros.	1	2	3	4	5
		Dimensión seguridad					
S1	14	El comportamiento del personal "empresa Megaservice E.I.R.L.", inspira confianza en los pasajeros.	1	2	3	4	5

S2	15	Me siento seguro del servicio que brinda "Empresa Megaservice E.I.R.L."	1	2	3	4	5
S3	16	El personal de "empresa Megaservice E.I.R.L.", me trata con cortesía.	1	2	3	4	5
S4	17	El personal de "empresa Megaservice E.I.R.L.", se encuentran capacitados para responder a mis consultas y/o necesidades.	1	2	3	4	5
Dimensión Empatía							
E1	18	En "empresa Megaservice E.I.R.L.", me brindan una atención personalizada, haciéndome sentir importante y apreciado.	1	2	3	4	5
E2	19	"empresa Megaservice E.I.R.L.", tienen horarios de atención conveniente en sus servicios para atender a todos sus pasajeros.	1	2	3	4	5
E3	20	"empresa Megaservice E.I.R.L.", cuenta con suficiente personal para brindar una atención personalizada a todos pasajeros.	1	2	3	4	5
E4	21	"empresa Megaservice E.I.R.L.", tienen como prioridad los intereses de los pasajeros.	1	2	3	4	5
E5	22	El personal de "empresa Megaservice E.I.R.L." comprende y está atento a sus deseos y/o necesidades específicas.	1	2	3	4	5

EMPRESAS ATENDIDAS

1. **PROVIAS** : 20503503639 (JR. ZORRITOS NRO. 1203 LIMA CERCADO LIMA - LIMA – LIMA)
2. **CMAC Piura SAC** : 20113604248 (JR. AYACUCHO NRO. 353 CENTRO CIVICO - PIURA - PIURA – PIURA).
3. **EPPO S.A.** : 20102890508 (AV. PANAMERICANA NRO. 1211 (MZA.243- ZONA INDUSTRIAL) PIURA - PIURA – PIURA.
4. **OPERACIONES SERVICIOS Y SISTEMAS S.R.L.** : 20504424899 (PJ. SAN FERNANDO NRO. 140 URB. EL CONDOR LIMA - LIMA -SURQUILLO)
5. **RENT A CAR FRANCO S.R.L.** : 20525684475 (URB. MIRAFLORES COUNTRY CLUB MZA. CA LOTE. 62 PIURA-PIURACASTILLA)
6. **EMPRESA DE TRANSPORTES RAFAEL E.I.R.L.:** 20483995254 (MZA. B LOTE. 14 URB. LUIS NEGREIROS PIURA - TALARA - PARIÑAS)
7. **KEVSTUR E.I.R.L.:** 20600599951 (AV. SANCHEZ CERRO NRO. 234 CENT. PIURA - PIURA - PIURA - PIURA).
8. **DR. FRANK CALDERON** : AV. Antonio Raimondi G-2 Laguna del Chipe Piura
9. **ESTACION DE SERVICIOS RETA S.A.C.** : 20525608531 (AV. CIRCUNVALACION NRO. S/N URB. SAN JOSE (ESQUINA AV.CIRCUNVALACION Y CESAR VALLEJ) PIURA - PIURA – PIURA)
10. **DR. JORGE ANCAJIMA** : Urb. Miraflores (al costado del colegio santa monica)
11. **KANTAR IBOPE MEDIA PERU S.A.** : 20297154673 (AV. PASEO DE LA REPUBLICA NRO. 5895 INT. 8 URB. MIRAFLORES - LIMA - LIMA – MIRAFLORES)
12. **LAYHER PERU S.A.C.** 20517439623 (AV. LOS EUCALIPTOS LOTE. REF URB. SANTA GENOVEVA - LIMA - LIMA – LURIN)
13. **L Y B SERVIC Y NEGOCIOS GRLES E.I.R.L.** : 20277131570 (AV. SANCHEZ CERRO NRO. 1406 ZONA COMERCIAL DEL MCDO PIURA - PIURA – PIURA)
14. **NOR AUTOS PIURA S.A.C.** : 20226804553 (AV. SANCHEZ CERRO NRO. 240 Z.I. ZONA INDUSTRIAL PIURA - PIURA – PIURA)
15. **CLÍNICA MIRAFLORES** : 20102756364 (CAL.LAS DALIAS NRO. MZ A INT. LT12 URB. MIRAFLORES PIURA - PIURA – CASTILLA)
16. **ING. ROBERTO GUZMAN** :: 40780814 (URB. QUINTA ANA MARIA)
17. **ACOSTA IPARRAGUIRRE VICENTE EPIFANIO** : 10178637768 (CAL.TACNA NRO. 270 CERCADO - PIURA - PIURA – PIURA.



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA
ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERÍA INDUSTRIAL**

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, RIVERA CALLE OMAR, docente de la FACULTAD DE INGENIERÍA Y ARQUITECTURA de la escuela profesional de INGENIERÍA INDUSTRIAL de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - PIURA, asesor de Tesis titulada: "PLAN DE MEJORA BASADO EN LA CALIDAD DE SERVICIO AL USUARIO APLICANDO EL MODELO SERVQUAL EN LA EMPRESA DE REFRIGERACIÓN Y AIRE ACONDICIONADO MEGASERVICE EIRL.", cuyos autores son RAMOS VILELA MANUEL ALEJANDRO, SANCHEZ DIOSES EDGAR IVAN, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

PIURA, 21 de Noviembre del 2022

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
RIVERA CALLE OMAR DNI: 02884211 ORCID: 0000-0002-1199-7526	Firmado electrónicamente por: ORIVERAC el 23-11- 2022 18:11:13

Código documento Trilce: TRI - 0448861