



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“MEJORA CONTINUA Y CALIDAD DE SERVICIO DE LA
EMPRESA OVERLANDES S.A., DISTRITO DE INDEPENDENCIA,
2017”**

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

AUTORA

FLORES FERNANDEZ, CARLA JOHANA

ASESOR

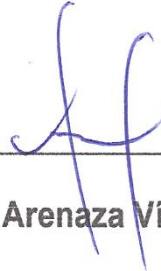
Mg. BALDÁRRAGO BALDÁRRAGO, JORGE LUIS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA – PERÚ

2017



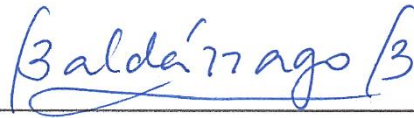
Dr. Dávila Arenaza Víctor

Presidente



Dr. Díaz Saucedo Antonio

Secretario



Mg. Baldarrago Baldarrago Jorge Luis

Vocal

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado principalmente a Dios, por protegerme durante mi camino, darme salud y ayudarme a vencer los obstáculos a lo largo de mi vida.

A mis padres José Flores y Juana Fernández, por ser mi apoyo incondicional y a mis hermanos por acompañarme en este momento tan importante de mi formación profesional.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a cada uno de mis maestros de la universidad, que me hayan brindado su apoyo en este largo camino y en especial a mis asesores el Prof. Mg. Baldárrago Baldárrago, Jorge Luis y Dr. Diaz Saucedo Antonio por este trabajo de investigación que es fruto de mucho esfuerzo y perseverancia.

DECLARACION DE AUTENTICIDAD

Yo Carla Johana Flores Fernández con DNI N° 47046261, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

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 de la Universidad César Vallejo.

Lima, 14 Diciembre del 2017



Carla Johana Flores Fernández

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Mejora continua y calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A., del distrito de Independencia, 2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Administración.

La Autora

Índice

Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
Resumen	viii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	
1.1. Realidad problemática	2
1.2. Trabajos previos	3
1.3. Teorías relacionadas al tema	7
1.4. Formulación del problema	12
1.5. Justificación de estudio	12
1.6. Hipótesis	14
1.7. Objetivos	14
II. MÉTODO	
2.1. Método, tipo, nivel y diseño de investigación	15
2.2. Variables, operacionalización	20
2.3. Población y muestra	21
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	21
2.5. Métodos de análisis de datos	23
2.6. Aspectos éticos	23
III. RESULTADOS	
3.1. Análisis descriptivos de los resultados	24
3.2. Prueba de las hipótesis de correlación	33
IV. DISCUSIÓN	39
V. CONCLUSIÓN	41
VI. RECOMENDACIONES	42
VII. REFERENCIAS	43
ANEXOS	
Anexo 1: Matriz de consistencia	46
Anexo 2: Instrumento de recolección	54

Anexo 3: Validez de instrumento de recolección	55
--	----

Índice de Tablas

Tabla 1. Matriz de Operacionalización	20
Tabla 2. Validación del instrumento por el juicio de expertos	22
Tabla 3. Rangos y magnitudes de validez	22
Tabla 4. Resumen de procesamiento de casos	22
Tabla 5. Estadísticas de fiabilidad	23
Tabla 6. Dimensión Planificación	24
Tabla 7. Dimensión Liderazgo	25
Tabla 8. Dimensión Procesos	26
Tabla 9. Dimensión elementos tangibles	27
Tabla 10. Dimensión seguridad	28
Tabla 11. Dimensión Capacidad de respuesta	29
Tabla 12. Variable Mejora Continua	30
Tabla 13: Variable calidad de servicio	31
Tabla 14: Estadísticos de medida central para normalidad de muestra	32
Tabla 15: Coeficiente de Correlación	33
Tabla 16: Correlaciones para probar la hipótesis del trabajo	34
Tabla 17. Contrastación de hipótesis específica 1	35
Tabla 18. Contrastación de hipótesis específica 2	36
Tabla 19. Contrastación de hipótesis específica 3	38

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación consiste en determinar la relación de la mejora continua con la calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A.C., lo cual implicó la búsqueda de fuentes de información científicas para la realización de ésta. La metodología usada fue hipotético – deductivo, de diseño no experimental de corte transversal, de nivel correlacional y el tipo de investigación aplicada. Los datos obtenidos fueron procesados en el programa estadístico SPSS 24, y se aplicó la estadística descriptiva – inferencial para el análisis de los datos y resultados. En conclusión se logró determinar la relación entre las dos variables de estudio, concluyendo que, la mejora continua guarda relación con la calidad de servicio en la empresa Overlandes S.A.

Palabras clave: Mejora continua, calidad de servicio.

ABSTRACT

The target of the present investigation consists to determining the relation of the continuous progress and the quality of service of the company Overlandes S.A.C., which implied the search of scientific information sources for the achievement of this one. The used methodology was applied, not experimental design of transversal court, correlational level. The obtained information was processed in the statistical program SPSS 24, and the statistical descriptive inferencial was applied for the analysis of the results. In effect one managed to determine the relation that happens between two study variables, concluding that, the relational marketing keeps relation with the service quality.

Key words: It improves continual, service quality.

I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad una de las formas más importantes de identificar e interactuar con el cliente es mediante la calidad de servicio, así mismo cabe resaltar la importancia de la empresa Overlandes S.A en brindar un servicio de calidad que permita a los clientes sentirse satisfechos.

Los programas de mejora continua no necesitan de una complejidad o preparación técnica excepcional, con lo que pueden ser abordados por cualquier empresa. Lo que si es necesario es la participación de todos los estratos de la empresa. Lo que buscamos es mostrar como la mejora continua se relaciona con la calidad de servicio de la empresa Overlandes.

La presente investigación está estructurada de la siguiente manera:

En el Capítulo I: Abordamos la introducción, la cual abarca la realidad problemática, trabajos previos, Teorías relacionadas al tema, Formulación del problema, justificación del estudio, hipótesis y objetivos de la investigación.

En el Capítulo II: Abordamos el método, la cual abarca el diseño de investigación, las variables, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad, el método de análisis de datos y aspectos éticos.

En el Capítulo III: Se presenta los resultados obtenidos luego de la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, donde se consigna la descripción y la interpretación. Así mismo considerando la prueba de normalidad y la contrastación de las hipótesis de la investigación.

En el Capítulo IV: Se aborda las discusiones, en este caso los resultados de esta investigación con los antecedentes.

Finalmente, las conclusiones, recomendaciones, las referencias bibliográficas y los anexos.

1.1. Realidad problemática

Según la Unión internacional de telecomunicaciones, que es el organismo especializado de las Naciones Unidas para las Tecnologías de la Información y la Comunicación, está comprometido en conectar a toda la población mundial donde quiera que viva y cuales quiera que sean los medios del país, dentro del sistema Unión internacional de telecomunicaciones se registran 700 compañías tecnológicas, donde la mejor empresa operadora es Verizon Wireless con el 93% de calidad de servicio, que opera en los Estados Unidos. Mientras que Movistar cuenta con el 79% de nivel de calidad de servicio, se encuentra dentro de la lista de las 10 mejores operadoras, donde la clasificación también se incluyó las ventas, ganancias, activos y valor de mercado anual de cada una de las operadoras.(Wtis,2017).

A nivel nacional, según Osiptel (El regulador de las comunicaciones) nos menciona lo siguiente respecto a los servicios de telefonía móvil y fija:

- a) Telefonía Móvil: Es el servicio con un mayor nivel de penetración en el mercado (95%), además de ser el de mayor alcance en zonas rurales. Movistar es el líder del sector, este operador llega en mayor medida a los NSE bajos y a las zonas más alejadas del país. La satisfacción con el servicio que ofrece Movistar alcanza el 51%, en tanto que claro llega al 62% de usuarios satisfechos. En el caso de Nextel, a pesar de tener pocos usuarios, logra un 68% de entrevistados satisfechos.
- b) Servicio de telefonía fija: Es el segundo servicio con mayor penetración (38%), aunque por mucho menos que el de telefonía móvil. Movistar es el operador con mayor participación, aunque en Tacna y en la zona rural hay mayor presencia de teléfono fijo de la empresa Claro. La satisfacción general en ambos operadores es bastante similar: Movistar (65%), Claro (67%).

En la empresa Overlandes es visible la mala comunicación que hay entre el personal y el cliente, esto ocasiona los frecuentes reclamos o quejas del cliente a la empresa Movistar; es decir, la interacción del personal con el cliente no es de la más correcta, esto podría ser por la desmotivación que presenta el personal en la empresa la cual ocasiona la insatisfacción del cliente. La empresa Overlandes es

una de ellas, en estos 2 últimos años según una encuesta realizada por parte del área de Recursos Humanos de dicha empresa a los clientes atendidos por el área de postventa, se dieron cuenta que la calidad de servicio por parte de los asesores de atención al cliente es crítico con un porcentaje de 45% de calidad de servicio es por ello que no existe una mejora continua para combatir con los indicadores negativos que muestra actualmente. (Informe de Sostenibilidad corporativa, 2017)

En nuestro país, las empresas compiten entre sí, y de algún u otro modo van mejorando, pero aún no es completamente suficiente, pues todavía existen clientes que no disfrutan de las promesas brindadas por cada organización. Según el modelo de servqual, la calidad de servicio utiliza un cuestionario que evalúa la calidad de servicio a lo largo de cinco dimensiones: fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles. Para Kotler es la actividad o beneficio que una parte le puede ofrecer a otra. Es intangible y no deriva en la posesión de nada, se llama intangible a todo aquel que no se distinguen con los sentidos. La mejora continua es un propósito permanente y constante para toda empresa, basadas en la prevención de las diversas actividades, Overlandes debe planificar adecuadamente la iniciativa de mejora con el fin de reducir los constantes reclamos por parte de los clientes que son atendidos en el área de postventa.

Es por ello que mediante el presente trabajo de investigación se pretende demostrar la relación entre la mejora continua y la calidad de servicio en la empresa Overlandes, Independencia, 2017.

1.2. Trabajos previos

En este trabajo de investigación se ha encontrado que existen determinadas investigaciones internacionales y nacionales con relación de tema a tratar, las cuales se va a indicar a continuación:

1.2.1. Antecedentes Internacionales:

Malaver (2014), con su tesis "Diseño de un modelo administrativo de mejora continua y de la calidad en el servicio postventa prestado por empresas del sector

de telecomunicaciones” (Tesis en el grado presentado para optar el título de Ingeniero Industrial Bogotá). Se usó la siguiente Metodología descriptiva, correlacional, trabajando para esto con una población de 150 clientes. El Autor presenta como objetivo general Diseñar un modelo administrativo de mejoramiento de la calidad del servicio postventa prestado por las empresas del sector de telecomunicaciones, que le permita a las empresas asegurar los procesos de manejo de novedades, de quejas y de reclamos. La necesidad de mejorar los productos y servicios, reducir errores y defectos y mejorar la productividad, han sido siempre objetivos esenciales de las empresas enfocados a crear una ventaja competitiva en los mercados, logrando alcanzar los estándares de calidad establecidos por los clientes. Con este trabajo se llegó a la conclusión que se logró determinar y priorizar las necesidades y las expectativas de los clientes por medio de la evaluación de los atributos que conforman cada uno de los procesos de servicio postventa; igualmente se detectaron las razones de cancelación de los servicios. La organización debe emprender acciones de cambio que se requieren para la implantación del Modelo de Mejoramiento Continuo de la Calidad; de esta forma podrá desarrollar los procesos de mejoramiento necesarios para lograr la consecución de las metas y los objetivos. Desarrollar y establecer un índice de servicio al cliente permitió identificar fallas actuales de los procesos que causan la insatisfacción del cliente; se identificaron las actividades críticas (puntos de control) en cada proceso de servicio postventa identificando la deficiencia de la actividad, el énfasis en la acción correctiva y la iniciativa de mejora.

Lobos (2013), con su tesis “Construcción de una medición de Calidad del Servicio de la telefonía móvil en Chile.” (Tesis para obtener el Título de Ingeniero Comercial, Mención Administración). El método de investigación que se utilizó fue hipotético deductivo con un muestreo no probabilístico por conveniencia El autor presenta como objetivo general el de encontrar las dimensiones claves de medición de calidad del servicio en la telefonía móvil mediante la mención de incidentes críticos, además de evaluar la importancia de los atributos encontrados en la revisión literaria descrita en el punto anterior. Se han construido mediciones que buscan explicar la calidad del servicio en las empresas como evaluaciones teóricas clásicas y algunas evaluaciones empíricas aplicadas para la industria de telefonía

móvil en particular (Mohd, Malasia, 2006; Chih et al., China, 2002), convergen en su estructura de escala multi-ítem, la cual busca explicar un constructo complejo de una forma válida, obteniendo una buena correlación con el constructo medido. Con este trabajo se llegó a la conclusión Ante el ambiente tecnológico dinámico experimentado por la industria de la telefonía móvil en Chile, país en que la penetración fluctúa alrededor de un 90%, la necesidad de las compañías por conseguir diferenciarse de sus competidores es latente. Una estrategia como ésta, y los servicios en general, requieren de un nivel desarrollado de orientación al mercado, y parte de ello es conocer las percepciones de los clientes acerca de los servicios que les son entregados. Bajo este contexto, los resultados obtenidos por esta investigación han permitido aportar al desarrollo de una cultura empresarial orientada al servicio. A través de la encuesta confeccionada, la calidad del servicio provisto por las empresas chilenas de telefonía móvil podrá ser medida de forma válida , además de permitir a quien la use la oportunidad de realizar una medición detallada de los principales factores que determinan la calidad como un todo, considerando la coyuntura y tecnologías actuales, incluidas como parte del servicio.

Martin Rubio, I. (2010). La Mejora Continua en las Oficinas Bancarias a través de los programas de formación empresarial. (Tesis de doctorado, Universidad Complutense de Madrid). La metodología de la investigación es de enfoque cuantitativo, el tipo de estudio es descriptivo y el diseño de investigación es no experimental, se ubicó en el nivel de investigación correlacionar. Nos indica que la Mejora Continua, la atención al cliente y el trabajo en equipo son las bases para lograr la calidad total, la mejora continua solo se logra mediante un trabajo constante y gradual. En el servicio bancario siempre se busca la excelencia en la calidad, para esto en la actualidad se busca desarrollar los niveles más altos de la compañía, tomado como una estrategia que permite potenciar a las demás áreas y trabajadores. Uno de los principales objetivos es esta investigación proponer prácticas de recurso humano la cuales cuide la interacción entre los diferentes eslabones que competen la cadena de clientes de entidades bancarias. Por ultimo menciona que debido al cambio continuo con el que se enfrentan las oficinas bancarias se impone la necesidad de integrar los Programas de Formación dentro de la propia estructura del trabajo diario. Es lo que se denomina “aprende

haciendo”, por lo tanto es preciso reconocer los factores que inciden en las condiciones organizativas apropiadas que faciliten el aprendizaje y mejora continua.

1.2.2. Ámbito Nacional

Campusano (2014), en su tesis titulada: “Programa de calidad para mejorar la atención al cliente en la empresa de Transportes Interprovincial Consorcio Maleño, Lima-2012 – Desarrollada en la Universidad Autónoma del Perú; para obtener el grado de Licenciado en Administración. El estudio fue de un diseño descriptivo, cualitativo, observacional y de corte transversal, llegando a las siguientes conclusiones: Se aplicó el programa de calidad para mejorar la atención al cliente en la Empresa de Transportes Interprovincial Consorcio Maleño SAC del departamento de Lima. Se estableció procedimientos de buena atención al cliente para contribuir a que la Empresa de Transportes Interprovincial Consorcio Maleño SAC brinde un mejor servicio, así fidelizar al público usuario. Se desarrolló talleres motivacionales en la Empresa de Transportes Interprovincial Consorcio Maleño SAC, con el fin de mejorar el desempeño laboral de los colaboradores. Llegando a generar el interés por mejorar la calidad de atención al cliente que se brinda en cada viaje; es decir un trato más educado y cortés.

Castro (2007), con su tesis “La calidad del servicio tercerizado en la banda ancha de telefonía del Perú SAA”. (Tesis para optar el grado de magister en administración con mención en Gestión Empresarial), en el cual realizo una investigación de tipo cuantitativa de alcance descriptiva. El autor presenta como objetivo general determinar como la calidad del servicio en las atenciones prestadas por el personal de terceros en casa de cliente de los servicios de banda ancha contribuye a la satisfacción del cliente. En conclusión, los resultados de la satisfacción general con el servicio y los de sus atributos, validaran los factores de calidad que los técnicos manifiestan brindan a los clientes. Seguir el protocolo de dialogo con l cliente, desde su prestación identificándose con su carne hasta el cierres de la atención, siendo importante el respeto y cordialidad en el trato. Todas las mejoras de prácticas son analizadas y discutidas, así como las soluciones a los problemas que se presentan, son compartidas en reuniones de trabajo convocadas por los supervisores.

Romero, A. (2009). Propuesta de un plan de mejora continua para una empresa de jardinería. (Tesis de Licenciatura, Universidad de las Américas). Se usó la siguiente Metodología descriptiva, correlacional exploratoria, trabajando para esto con una población de 210 trabajadores, ya que no fue necesaria sacar una muestra aplicando una encuesta de 10 preguntas. Define en el marco teórico la mejora continua tiene sus raíces desde la revolución industrial y ha evolucionado este concepto hasta llegar a los principios del siglo XX; Taylor tenía idea que la administración era la responsable de encontrar la mejor manera de desempeñar el trabajo y capacitar a los empleados en los métodos de trabajo, haciendo énfasis sólo en la productividad, lo que ayudó a revolucionar la manufactura que convirtió a los Estados Unidos América en líder industrial.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Definición de Mejora Continua

Bonilla, Díaz, Kleeberg y Noriega (2010), define que la mejora continua es una filosofía japonesa que abarca todas las actividades del negocio, se le conceptualiza también como una estrategia de mejoramiento permanente; puede ser considerada como la llave del éxito competitivo japonés. La mejora puede referirse a los costos, el cumplimiento de las entregas, la seguridad y la salud ocupacional, el desarrollo de trabajadores, los proveedores, los productos, etcétera (p.37).

Según Suarez (2009), lo define que Kaizen es “mejora continua” puesto que compete a todos, desde la cabeza de toda empresa que viene a ser el gerente y los trabajadores por igual, donde se basa en como un elemento organizacional donde la participación de los colaboradores impacta directamente en la mejora de los procesos de trabajo (p.288).

Para Deming (2010), lo define que la mejora continua comprende un método eficaz para lograr la calidad total, denominada también excelencia, que es la evolución que ha ido experimentando el concepto de calidad (p.191).

Sistemas que conforman la mejora continua:

Las 5 eses

Para Bonilla, P. (2010). Es una metodología que, con la participación de los involucrados permite organizar los lugares de trabajo con el propósito de mantener funcionales, limpios, ordenados, agradables y seguros. El enfoque primordial de esta metodología desarrollada en Japón es que para que haya calidad se requiere antes que todo orden, limpieza y disciplina. (p.36)

Estas son:

- ❖ **Seiri:** Significa seleccionar, este principio implica que en los espacios de trabajo los empleados deben seleccionar lo que es realmente necesario e identificar lo que no sirve o tiene una dudosa utilidad para eliminarlo de los espacios laborales. Por lo tanto, el objetivo final es que los espacios estén libres de piezas, documentos, muebles, herramientas rotas, desechos, etc. Por lo general, hacer tal selección puede complicarse cuando existe la posibilidad de que el futuro necesite algo que ahora se decide eliminar, y la tendencia natural es consérvalo.
- ❖ **Seiton:** Ordenar, con la aplicación de esta segunda S habrá que ordenar y organizar un lugar para cada cosa en su lugar, de tal forma que minimice el desperdicio de movimiento de empleados y materiales. La idea es que lo que se ha decidido mantener o conservar en la primera S se organice de tal modo que cada cosa tenga una ubicación clara y, así, esté disponible y accesible para que cualquiera lo pueda usar en el momento que lo disponga.
- ❖ **Seiso:** Limpiar, esta S consiste en limpiar e inspeccionar el sitio de trabajo y los equipos para prevenir la suciedad implementando acciones que permitan evitar, o al menos disminuir, la suciedad y hacer más seguros los ambientes de trabajo. Por lo tanto, esta S no sólo consiste en “tomar el trapo y sacudir el polvo”, implica algo más profundo; se trata de identificar las causas por las cuales las cosas y los procesos no son como deberían ser, de forma tal que se pueda tener la capacidad para solucionar estos problemas de raíz, evitando que se repitan.
- ❖ **Seiketz:** Estandarizar pretende mantener el estado de limpieza y organización alcanzado con el uso de las primeras 3 S, mediante la aplicación continua de éstas. En esta etapa se pueden utilizar diferentes herramientas; una de ellas es la localización de fotografías del sitio de trabajo

en condiciones óptimas para que todos los trabajadores puedan verlas y así recordarles que ése es el estado en el que debería permanecer; otra herramienta es el desarrollo de normas en las cuales se especifique lo que procedimientos y desarrollar programas de sensibilización , involucramientos y convencimientos de las personas, para que las tres primeras s sean parte de los hábitos, acciones y actitudes diarias.

- ❖ **Shitsuke:** Significa disciplina, evitar a toda costa que se rompan los procedimientos ya establecidos. Sólo si se implementan la autodisciplina y el cumplimiento de normas y procedimientos adoptados será posible disfrutar de los beneficios que éstos brindan. La disciplina es el canal entre las 5s y el mejoramiento continuo. Implica control periódico, visitas sorpresas, autocontrol de los empleados, respeto por sí mismos y por los demás, así como una mejor calidad de vida laboral.

1.3.2 Teoría de la Calidad de Servicio

Uribe (2010), determina qué

La calidad es considerado, en términos generales como la respuesta a los requerimientos del cliente, y es por eso que nace como un concepto subjetivo; diferentes clientes tendrán distintos requerimientos, por lo tanto un mismo producto o servicio no podrá en la mayoría de los casos, dar respuestas a todos estos requerimientos diferentes. (p.41)

Estrada V. (2007), sostiene que

La calidad en el servicio es la verdadera ventaja competitiva de una organización. Así mismo la orientación hacia el cliente, sostuvo que las empresas tiendan a brindar un mejor servicio, enfocándose en sus diferentes necesidades, gustos y deseos” (p.9)

1.3.2.1 Teoría del Ciclo de Deming

Deming E. (1989)

El autor indica que el principal objetivo de la empresa debe ser permanecer en el mercado, proteger la inversión, ganar dividendos y

asegurar los empleos .Para alcanzar este objetivo el camino a seguir es la calidad. La manera de conseguir una mayor calidad es mejorando el producto y la adecuación del servicio a las especificaciones para reducir la variabilidad en el diseño de los procesos productivos.

(Bernal, J.2013) Sostiene que:

El círculo de Deming lo componen 4 etapas cíclicas.

Planear (Plan): El planear corresponde a la formulación de los objetivos (el qué, los resultados a alcanzar), la definición de las estrategias (el cómo, el camino para lograr los resultados), la determinación de las actividades a realizar (el plan de acción) así como los índices que permitirán monitorear el desarrollo posterior de lo definido en esta etapa.

Hacer (Do): El hacer pone en práctica lo planteado .Debe reflejar la capacidad de la organización y d su talento humano para tomar decisiones, liderar el desarrollo de procesos, trabajar en equipo y asignar adecuadamente los recursos.

Verificar (Check): El verificar propicia la medición de lo ejecutado frente a lo planeado .Se aplican los índices establecidos y se realiza la evaluación de los resultados y del proceso desarrollado.

Actuar (Act): El actuar corresponde al establecimiento de medidas correctivas, en el caso de existir diferencias entre el hacer y el planear. Analizadas las causas se establece un plan de mejoramiento con base en medidas correctivas para volver a tomar el rumbo indicado.

1.3.2.2 Modelo SERVQUAL

A partir de 1985 los autores Parasuraman, Zeithmal y Berry, desarrollaron varios estudios cualitativos y cuantitativos que dan origen a la escala SERVQUAL; dicha escala mide la calidad de servicio mediante la diferencia entre la percepción y las expectativas de los clientes. El modelo SERVQUAL, también conocido como modelo PZB (iniciales de los apellidos de sus autores), postula que hay una serie de dimensiones o criterios distintos que subyacen a los juicios de los consumidores sobre la calidad de un servicio.”(Miranda, Chamorro, Rubio, 2007, p250).

1.3.2.3 Modelo GAP

Alet (2011) manifiesta que;

El desarrollo de un modelo de análisis de gaps, donde se observó que el servicio esperado se forma de las comunicaciones orales, necesidades personales y las expectativas pasadas. La diferencia entre lo esperado y lo percibido por el cliente, es la suma de una serie de problemas parciales:

GAP 1: Diferencia entre el servicio esperado por el cliente y lo que la dirección imagina que el cliente espera: La falta de comunicación entre el cliente y la dirección es una posible causa de discrepancia entre lo esperado por el cliente y lo que erróneamente se imaginó la empresa que el cliente desea.

GAP 2: Diferencia entre lo que la dirección imagina que el cliente espera y las especificaciones que se marcan para el servicio: La dirección percibe lo que el cliente espera y decide hasta que punto quiere colmar estas expectativas del cliente.

GAP 3: Diferencia entre las especificaciones y el servicio realizado: Por distintas razones se observó diferencias entre lo que la dirección pretende ofrecer y lo que realmente acaba ofreciendo.

GAP 4: Diferencia entre el servicio realizado y el percibido: Por último, hay un gap entre el servicio que el cliente recibe y lo a través de nuestra información él se había imaginado.

GAP 5: Diferencia entre el servicio esperado y el servicio percibido: La suma de los cuatro anteriores, fue la diferencia entre las expectativas del cliente sobre nuestro servicio y la percepción que tuvo del servicio que se ofreció.

1.4 Formulación del problema

1.4.1 Problema general:

¿Cómo se relaciona la mejora continua y la calidad del servicio de la empresa Overlandes S.A – Independencia, 2017?

1.4.2 Problemas específicos:

¿Cómo se relaciona la planificación y la calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A – Independencia, 2017?

¿Cómo se relaciona el liderazgo y la calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A – Independencia, 2017?

¿Cómo se relaciona los procesos y la calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A - Independencia ,2017?

1.5 Justificación del problema:

Conveniencia: El ciclo de Deming es una herramienta que todas las empresas deberían implementar a largo plazo. Ya que debido a los recientes cambios y a la saturación de mercado que atraviesa el sector de telecomunicaciones, se ha vuelto de vital importancia lograr brindar una mejor calidad de servicio a sus clientes y poder establecer una relación estrecha, pues cada día incrementa los clientes y se vuelve más rentable tener clientes fidelizados a la empresa.

Relevancia social: Alcanzando cumplir el objetivo planteado de la investigación. Dando a conocer la importancia que tiene hoy en día el ciclo de Deming en las organizaciones, se podrán realizar investigaciones de las nuevas tendencias de la gestión de la mejora continua para renovar la calidad de servicio a los clientes.

Valor teórico: Este proyecto de investigación permitirá mostrar la relación de la mejora continua y la calidad de servicio y profundizar el proceso de identificar, interactuar y comunicarse con el cliente. Así mismo se profundizará aspectos teóricos de la mejora continua, ya que son poco conocidas en nuestro país, pues rara vez se ha realizado trabajos de investigaciones que conlleven aspectos teóricos relevantes, que podrán ser utilizados para otras investigaciones que lo requieran.

Utilidad metodológica: Para cumplir con los objetivos de este estudio, se elaboró un instrumento de medición tanto para la variable mejora continua y su relación con la variable calidad de servicio. Una vez elaborado el instrumento será analizado en el software de análisis estadístico SPSS, lo que busco con ello fue conocer la relación entre la mejora continua y la calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A., en el distrito de Independencia, 2017.

1.6 Hipótesis:

1.6.1 Hipótesis general:

Existe relación entre la mejora continua y la calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A., Independencia, 2017.

1.6.2 Hipótesis específicas:

Existe relación entre planificación y la calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A – Independencia, 2017.

Existe relación entre el liderazgo y la calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A – Independencia, 2017.

Existe relación entre los procesos y la calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A - Independencia ,2017.

1.7 Objetivos:

1.7.1 Objetivo general:

Determinar la relación de la mejora continua y la calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A., Independencia, 2017.

1.7.2 Objetivos específicos:

Determinar la relación de la planificación con la calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A – Independencia, 2017.

Determinar la relación del liderazgo con la calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A – Independencia, 2017.

Determinar la relación de los procesos con la calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A - Independencia ,2017.

II. MÉTODO

2.1 Método, tipo, nivel y diseño de Investigación:

2.1.1 Método de Investigación

El método de investigación fue hipotético – deductivo, consistió en plantear una idea en forma de proposición verdadera, a través del proceso deductivo se llega a establecer la verdad de dicha hipótesis, para luego confrontarla con la realidad.

2.1.2 Tipo de investigación:

La investigación es aplicada; porque busca la aplicación o utilización de los conocimientos que se adquieren del marco teórico y busca resolver problemas que satisfacen las necesidades de un grupo, se caracteriza porque resuelve problemas concretos.

2.1.3. Nivel de investigación:

La presente investigación es de nivel correlacional. El nivel correlacional tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más variables en una muestra o contexto en particular.

2.1.4 Diseño de investigación:

El diseño que se empleó en la presente investigación es no experimental - transversal. El diseño no experimental es un estudio que se realiza sin la manipulación deliberada de variables, se observan los fenómenos tal como se dieron en su contexto natural, y el diseño transversal recolecta datos en un solo momento y en un tiempo único. Su propósito es describir variables, y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

2.2 Variables, operacionalización:

2.2.1. Variable 1: Mejora continua:

➤ Definición conceptual:

Herrera y Arzola, (2007) lo define así:

La Mejora Continua es “Formación continua en todos los niveles de la empresa, todos los empleados deben ser formados en la filosofía, metodología y técnicas de calidad total, buscando cambios de actitudes y comportamiento” (p.66).

❖ **Dimensión Planificación:**

Armijo (2011), consiste en un ejercicio de formulación y establecimiento de objetivos de carácter prioritario, cuya característica principal es el establecimiento de los cursos de acción para alcanzar dichos objetivos. Así mismo la elaboración de un plan de acción con objetivos y actividades, el cual incluye al equipo de trabajo, de tal forma que todos participan y den su aporte de mejora.

Indicadores:

- **Organización:** Hace referencia al grado o capacidad que tiene la plataforma de atención de la empresa movistar en tener organizado todos los procesos para dar una atención ordenada. (p.156).
- **Evaluación:** En todas las organizaciones debe haber evaluaciones permanentes tanto al desempeño del personal como a la satisfacción de los usuarios o clientes, esto conllevara a las empresas a reconocer a tiempo los errores que pueda estar cometiendo y poder mejorarlos y las cosas que estén bien hechas promoverlas. (p.159).

❖ **Dimensión Liderazgo:**

Curatolo (2012), El liderazgo gestiona los significados de la actividad empresarial, al crear, percepciones e interpretaciones compartidas, entre todos los trabajadores, sobre la naturaleza y los objetivos últimos de la empresa. Es la unidad responsable, que cuenta con capacidad de establecimiento de objetivos y metas, capacidad de conducción su equipo de trabajo competitivamente.

Indicadores:

- **Actitudes y valores:** Es el conjunto de normas y escala de valores que muestra cada personal, en términos de los cuales definimos como buenas o malas, una práctica y relaciones profesionales. (p.87).
- **Trabajo en equipo:** El trabajo en equipo hace referencia a la serie de estrategias, procedimientos y metodologías que utiliza un grupo humano para lograr las metas propuestas en sinergia. Se basa en la complementariedad, coordinación, comunicación, confianza y compromiso de todos los miembros. (p.89).

- **Consideración:** Hace referencia al grado de consideración que tiene el personal para tomar en cuenta las sugerencias o comentarios de los clientes con el fin de mejorar la calidad de atención que brindan. (p.90).
- ❖ **Dimensión Procesos:** Conjunto de actividades que se llevan a cabo de manera constante y ordenada para poder concretar una actividad mayor.
Indicadores:
 - **Atención:** Para este contexto hace referencia a la cantidad de personal y los horarios de atención, estos deben ser adecuados para poder atender la demanda de usuarios que acuden a la empresa movistar, Overlandes.
 - **Tramites:** Toda la documentación o pasos en conjunto que deben realizar los clientes para poder ser atendidos (p.95).

2.2.2. Variable 2: Calidad de Servicio

El concepto de la calidad de servicio es la confrontación de dos ideas, que es lo que el cliente espera obtener o podemos indicarlo también como sus expectativas y lo que realmente obtiene o el percibe que obtiene.

Según Parasuraman, Zeithaml y Berry (1996) elaboraron el Modelo SERVQUAL de Calidad de Servicio cuyo propósito es mejorar la calidad de servicio ofrecida por una organización. Utiliza un cuestionario que evalúa la calidad de servicio a lo largo de cinco dimensiones: **fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad, empatía y elementos tangibles**. Está constituido por una escala de respuesta múltiple diseñada para comprender las expectativas de los clientes respecto a un servicio. Permite evaluar, pero también es un instrumento de mejora y de comparación con otras organizaciones (p. 49).

❖ **Dimensión Elementos tangibles:**
Elementos físicos que pueden acompañar a un servicio intangible, como pueden ser la apariencia de las instalaciones físicas, de las personas, los equipos y los materiales de comunicación. Por ejemplo, cuando se vende un software, el cliente recibe un CD con el programa, pero éste viene presentado en una caja con la

imagen de la empresa, con sus manuales de instalaciones, etc., añadiéndole elementos tangibles. (Gonzales, Chamorro y Rubio, p. 250).

Indicadores:

- **Recursos y tecnología:** Es de vital importancia que una organización dedicada a las telecomunicaciones, cuente con las herramientas y equipos adecuados y modernos para la atención de los clientes. (p.252).
- **Instalaciones físicas:** Es el espacio físico donde se lleva a cabo la atención, deber ser limpia ya que es institución de salud y debe transmitir higiene, debe ser cómoda y confortable ya que los usuarios pasaran tiempo realizando sus trámites (p.253).

❖ **Dimensión Fiabilidad:**

Habilidad para realizar la ejecución del servicio de acuerdo con lo establecido. En otras palabras, la capacidad de prestar el servicio de forma correcta, cumpliendo con lo acordado. (Gonzales, Chamorro y Rubio, p. 254).

❖ **Dimensión Capacidad de respuesta:**

Es la disposición de la empresa para suministrar un servicio rápido ante la petición de los clientes, por ejemplo, responder rápidamente a sus llamadas y requerimientos (p.255).

Indicadores:

- **Accesibilidad:** Hace referencia a el tiempo en que demora un usuario en ser atendido por el personal, este debe ser óptimo para que no crearle insatisfacción al usuario.
- **Soluciones:** Verificar minuciosamente los reclamos o quejas que puede tener el cliente para brindarle una pronta solución.

❖ **Dimensión Seguridad:**

Conocimientos y atención mostrados por los trabajadores y sus habilidades para inspirar credibilidad y confianza. Está muy relacionado con la profesionalidad y la cortesía. (Gonzales, Chamorro y Rubio, p. 260).

Indicadores:

- **Confianza:** Hace referencia de la seguridad que el personal de la plataforma le transmite al usuario para que este le puede comentar de manera abierta sobre sus dudas o consultas y que este a su vez sienta que será escuchado y comprendido.
- **Credibilidad:** Es la capacidad que debe tener el personal para que toda la información que trasmite sea real y verdadera, el usuario no debe tener ningún tipo de dudas de la información que recibe.
- **Profesionalismo:** Hace referencia a las prácticas, comportamientos, conocimientos y actitudes que rigen las actividades que realiza el personal relacionada a la atención a los usuarios.

❖ **Dimensión Empatía:**

Según Havely (2000) Comunicación y comprensión del cliente, que se manifiesta mediante la atención individualizada que ofrecen las empresas a sus consumidores. Estos factores influyen en el servicio percibido, pero también muestran influencia en el servicio prestado.

Se prioriza la atención individualizada, la programación de horarios de atención convenientes para sus clientes y cuando la empresa de servicios entiende las necesidades específicas de sus clientes (p.120).

2.2.3 Operacionalización

Tabla 1: Operacionalización de variable

Variable	Dimensiones	Indicadores	Ítems		Instrumento	Escala de Medición
			Ubicación de los ítems	# de ítems		
MEJORA CONTINUA	Planificación	Organización	1	1	Cuestionario de Likert	Ordinal
		Evaluación	2,3	2		
	Liderazgo	Actitudes y valores	4	1		
		Trabajo en Equipo	5	1		
		Consideración	6	1		
	Procesos	Atención	7,8	2		
		Tramites	9,10	2		
CALIDAD DE SERVICIO	Elementos Tangibles	Recursos y Tecnología	11,12	2		
		Instalaciones físicas	13	1		
	Seguridad	Confianza	14	1		
		Credibilidad	15	1		
		Profesionalismo	16	1		
	Capacidad de respuesta	Soluciones	17,18	2		
		Accesibilidad	19,20	2		
			TOTAL	20		

2.3. Población y muestra

2.3.1. Población

La población estuvo conformada por 80 clientes de la Empresa Overlandes S.A. distrito de independencia 2017, los cuales cumplen con las características para acceder a los servicios de la empresa, es por ello que el tamaño de la muestra es igual a la población.

2.3.2. Muestra

La muestra fue censal, dado que se utilizó toda la población, ya que buscó saber las opiniones de todos los clientes y los participantes estuvieron de acuerdo.

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

2.4.1. Técnica:

La técnica que se empleó para recolección de datos en la investigación es la encuesta, ya que permite recoger información a través de respuestas dadas por los encuestados de acuerdo a preguntas preparadas por el investigador.

Para Kuznik, Hurtado & Espinal (2010), “la encuesta es una técnica de recogida de datos, o sea una forma concreta, particular y practica de un procedimiento de investigación [...]” (p.317).

2.4.2. Instrumentos de recolección de datos

El instrumento que se empleó para la recolección de datos es el CUESTIONARIO, que cuenta con 20 preguntas; 10 preguntas para la variable 1 (Mejora Continua) y 10 preguntas para la variable 2 (Calidad De Servicio), fue revisado por el asesor, el cuestionario está dirigido los clientes de la empresa OVERLANDES S.A.

2.4.3. Validez

La validez del cuestionario que se utilizó para la investigación, ha sido sometida a un juicio de expertos de la Escuela de Administración, fue aprobado y calificado por los siguientes docentes especialistas en el tema:

Tabla 2. Validez de Expertos

Dr.	Narciso Fernández Saucedo	Si Cumple
Dr.	Pedro Costilla Castillo.	Si Cumple
Dr.	Arce Álvarez, Edwin	Si Cumple

Fuente: Elaboración Propia

2.4.4. Confiabilidad

La confiabilidad del instrumento se realizó con el estadístico de Alfa de Cronbach ingresando los datos recolectados al estadístico SPSS 24, que se realizó a la muestra piloto que corresponde a 20 clientes de la empresa Lideres S.A, teniendo en cuenta el criterio de confiabilidad que pueden oscilar entre cero y uno. Esto se ilustra en la siguiente Tabla 3:

Tabla 3: Rangos y magnitudes de validez

Rango	Magnitudes
0.01 a 0.20	Confiabilidad nula
0.21 a 0.40	Confiabilidad baja
0.41 a 0.60	Confiable
0.61 a 0.80	Muy confiable
0.81 a 1.00	Excelente confiabilidad

Fuente: Ruíz (2002)

Tabla 4: Resumen de procesamiento de casos

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Validos	20	100,0
Casos Excluidos ^a	0	,0
Total	20	100,0

a. Eliminación por lista basada en todas las variables

Tabla 5: Estadística de Fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,902	20

Interpretación: El estadístico de fiabilidad indica que la prueba es confiable porque dio un valor de 0.902; es decir el grado de fiabilidad del instrumento y de los ítems en general es muy alto de acuerdo a la Tabla 3, quiere decir que es fiable ya que asume las condiciones de validez y confiabilidad.

2.5. Métodos de análisis de datos

En el presente trabajo de investigación se utilizó el método estadístico descriptivo e inferencial.

- Estadística descriptiva: mediante los cálculos de porcentaje de participación, gráficos y tablas de frecuencias se analizarán el comportamiento de las variables.
- Estadística inferencial: se comprobarán las hipótesis formuladas mediante el cálculo de la probabilidad de estadísticos de prueba en la presente investigación.

2.6. Aspectos éticos

La presente investigación se tuvo en cuenta los aspectos éticos los cuales fueron: Respetar la autenticidad de los resultados, la confiabilidad de los datos obtenidos, a respetar la propiedad intelectual, citando a los autores al momento de ejecutar la indagación.

Utilización de la información: Se respetó la identidad de los encuestados y no se dio otro uso con la información obtenida. Las personas que participaron en el estudio, no fueron expuestas al peligro, ni tomadas por obligación, por lo contrario, presentaron disposición, para ser encuesta.

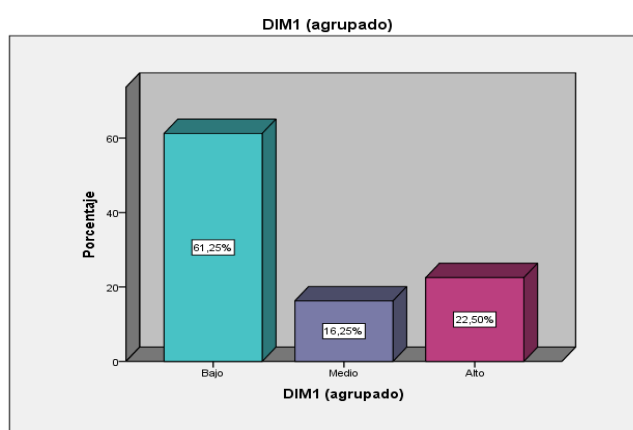
III.RESULTADOS

3.1. Análisis descriptivo de los datos por dimensiones

Variable 1: Mejora Continua

Tabla 6

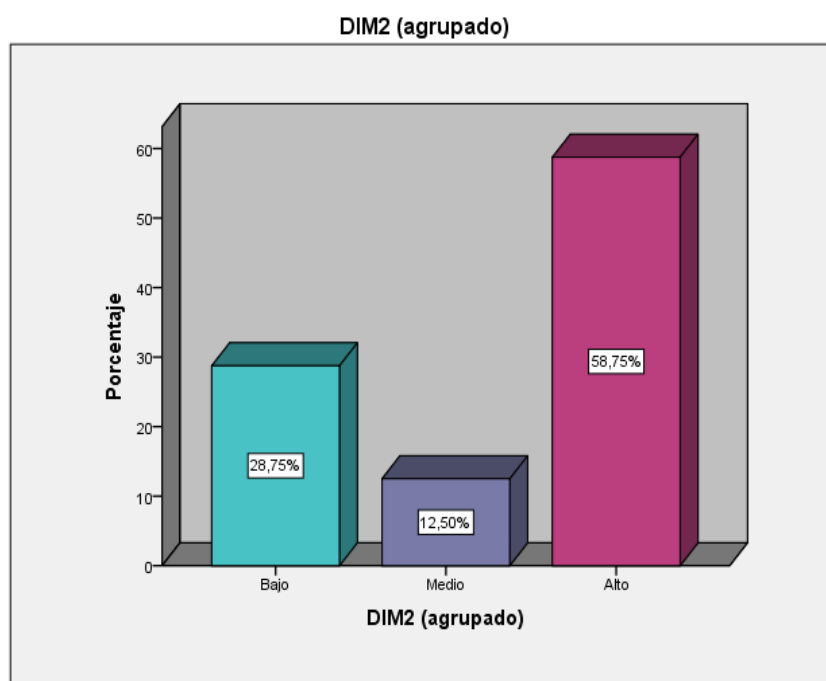
DIMENSIÓN 1: Planificación					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Bajo	49	61,3	61,3	61,3
	Medio	13	16,3	16,3	77,5
	Alto	18	22,5	22,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	



Interpretación: Según la Tabla 6, compuesta por la dimensión Planificar. Obtuvimos los siguientes resultados del total de personas encuestadas: Un 61,3% del total de la población encuestada representado por 49 personas, fue baja con la dimensión Planificar, a su vez, un 16,3% de la población que viene ser 13 personas, fue medio. Así mismo, un 22,5% de la población representado por 18 personas, fue alta con la dimensión planificar.

Tabla 7

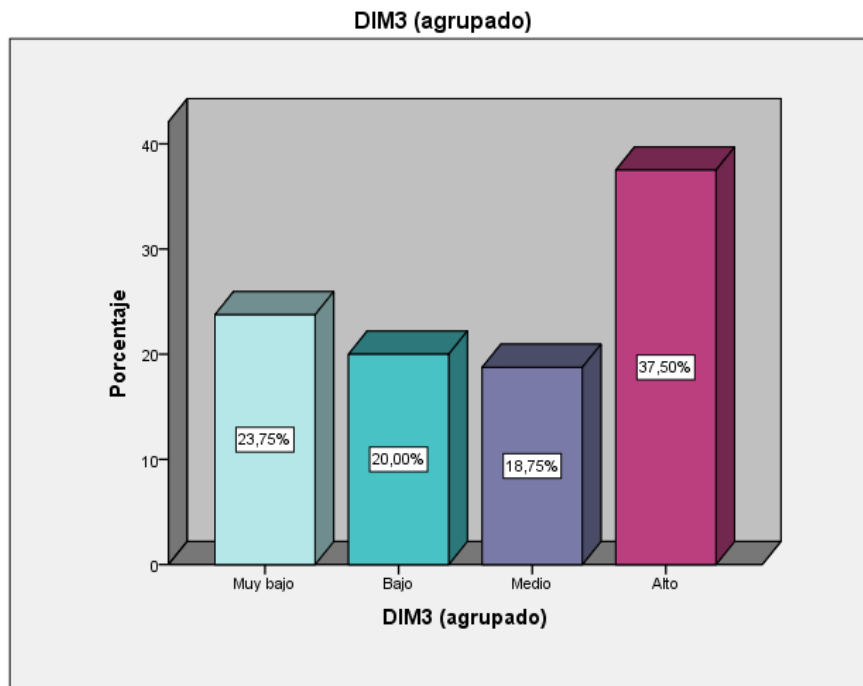
DIMENSIÓN 2: Liderazgo					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Bajo	23	28,7	28,7	28,7
	Medio	10	12,5	12,5	41,3
	Alto	47	58,8	58,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	



Interpretación: Según la Tabla 7, compuesta por la dimensión liderazgo. Obtuvimos los siguientes resultados del total de personas encuestadas: Un 28,7% del total de la población encuestada representado por 23 personas, fue baja con la dimensión liderazgo, a su vez, un 12,5% de la población que viene ser 10 personas, fue medio. Así mismo, un 58,8% de la población representado por 47 personas, fue alta con la dimensión liderazgo.

Tabla 8

DIMENSIÓN 3: Procesos					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Muy bajo	19	23,8	23,8	23,8
	Bajo	16	20,0	20,0	43,8
	Medio	15	18,8	18,8	62,5
	Alto	30	37,5	37,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

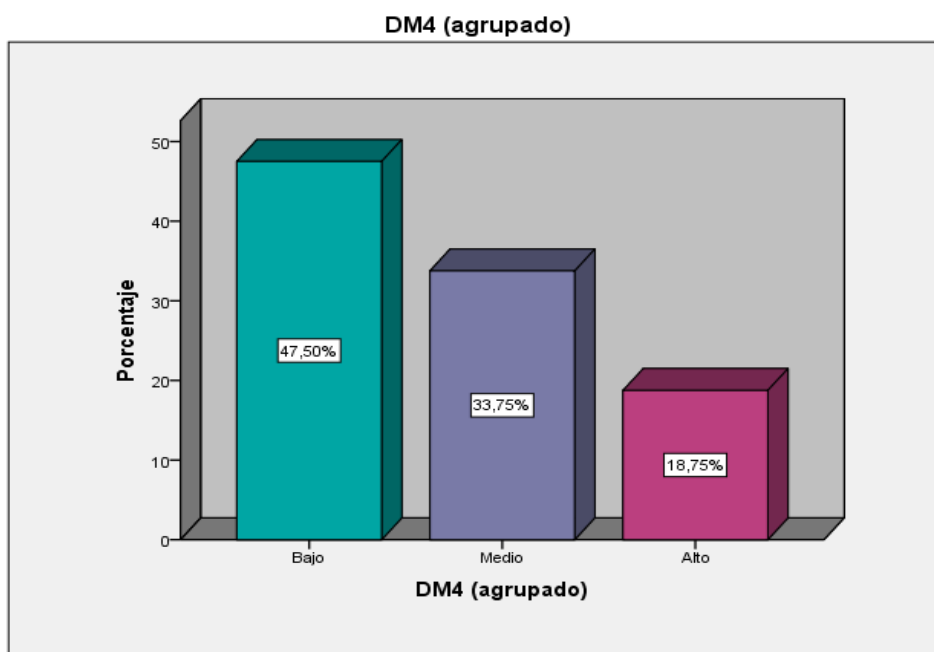


Interpretación: Según la Tabla 8, compuesta por la dimensión Procesos. Obtuvimos los siguientes resultados del total de personas encuestadas: Un 23,8% del total de la población encuestada representado por 19 personas, fue muy baja con la dimensión Procesos, a su vez, un 20% de la población que viene ser 16 personas, fue bajo. Así mismo, un 22,5% de la población representado por 18 personas, fue medio con la dimensión Procesos y un 37,5% de la población que viene ser 30 personas, fue alto con la dimensión Procesos.

Variable 2: Calidad de Servicio

Tabla 9

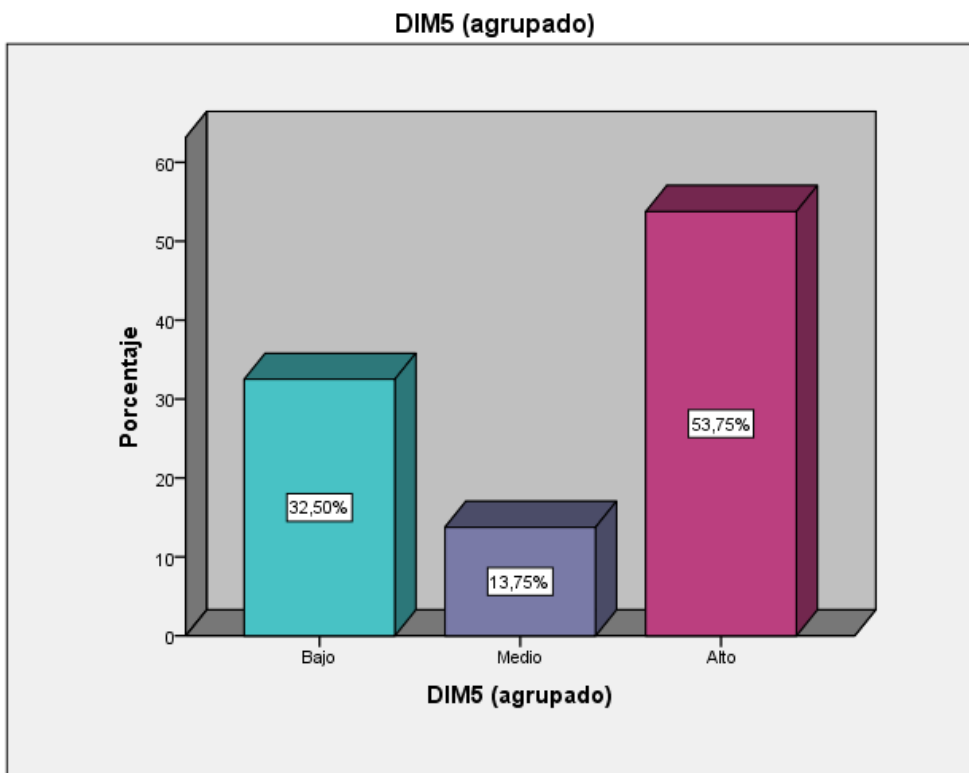
DIMENSIÓN 4: Elemento Tangibles					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Bajo	38	47,5	47,5	47,5
	Medio	27	33,8	33,8	81,3
	Alto	15	18,8	18,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	



Interpretación: Según la Tabla 9, compuesta por la dimensión Elementos Tangibles. Obtuvimos los siguientes resultados del total de personas encuestadas: Un 47,5% del total de la población encuestada representado por 38 personas, fue baja con la dimensión Elementos Tangibles, a su vez, un 33,8% de la población que viene ser 27 personas, fue medio. Así mismo, un 18,8% de la población representado por 15 personas, fue alta con la dimensión planificar.

Tabla 10

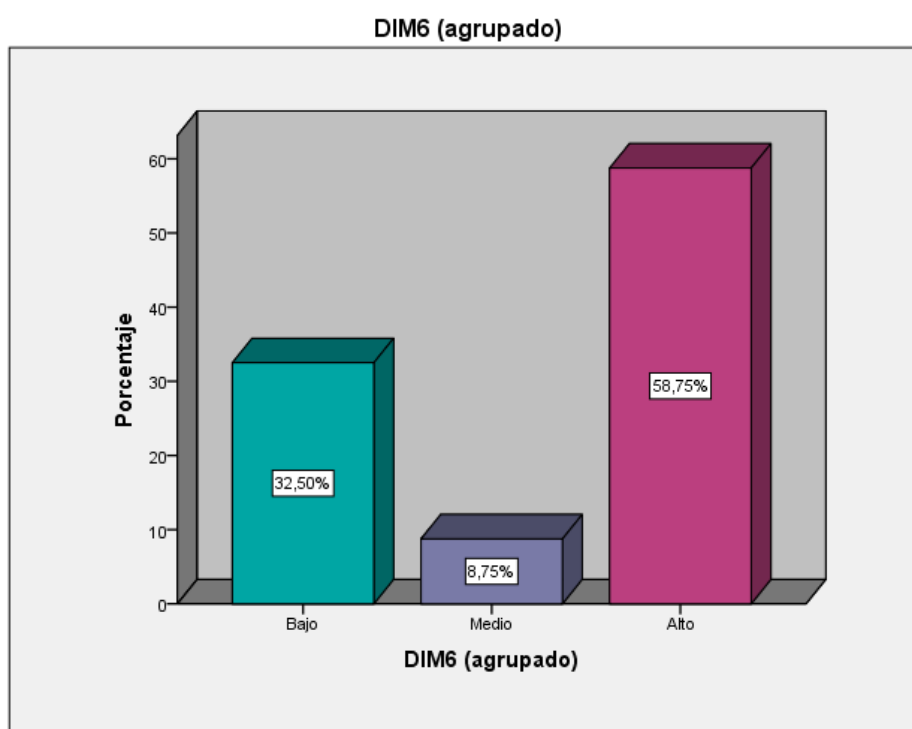
DIMENSIÓN 5: Seguridad					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Bajo	26	32,5	32,5	32,5
	Medio	11	13,8	13,8	46,3
	Alto	43	53,8	53,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	



Interpretación: Según la Tabla 10, compuesta por la dimensión Seguridad. Obtuvimos los siguientes resultados del total de personas encuestadas: Un 32,5% del total de la población encuestada representado por 26 personas, fue baja con la dimensión Seguridad, a su vez, un 13,8% de la población que viene ser 11 personas, fue medio. Así mismo, un 53,8% de la población representado por 43 personas, fue alta con la dimensión planificar.

Tabla 11

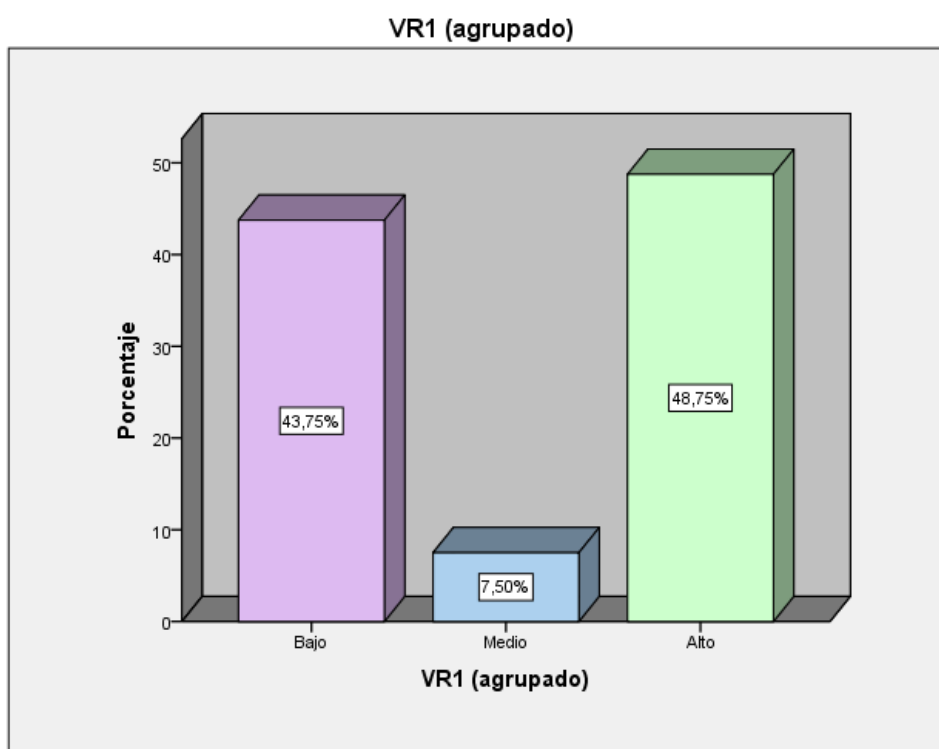
DIMENSIÓN 6: Capacidad de respuesta					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bajo	26	32,5	32,5	32,5
	Medio	7	8,8	8,8	41,3
	Alto	47	58,8	58,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	



Interpretación: Según la Tabla 11, compuesta por la dimensión Capacidad de Respuesta. Obtuvimos los siguientes resultados del total de personas encuestadas: Un 32,5% del total de la población encuestada representado por 26 personas, fue baja con la dimensión Capacidad de respuesta, a su vez, un 8,8% de la población que viene ser 7 personas, fue medio. Así mismo, un 58,8% de la población representado por 47 personas, fue alta con la dimensión Capacidad de respuesta.

Tabla 12

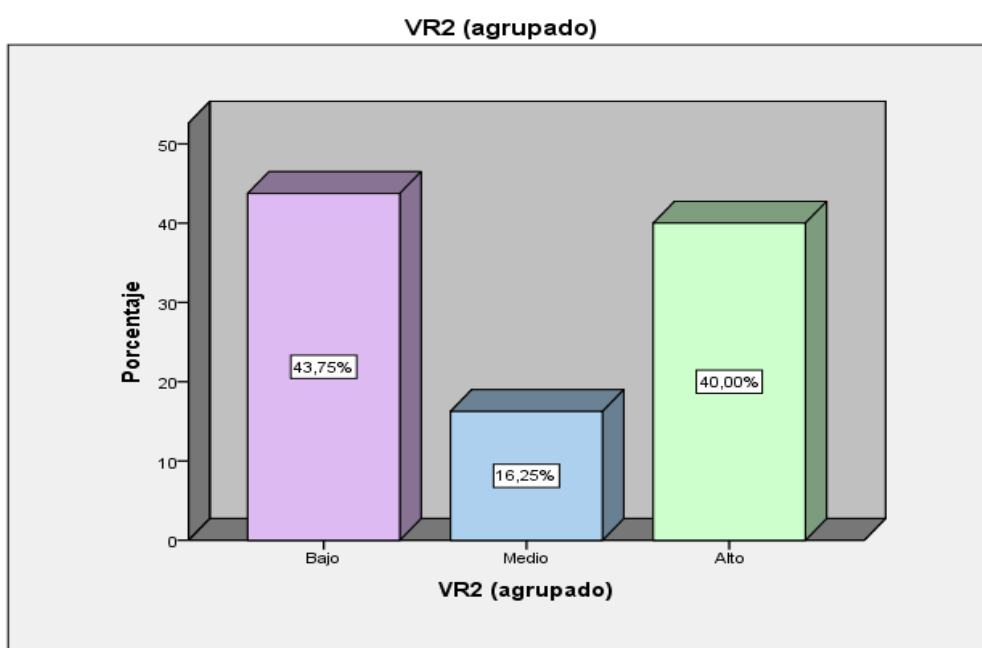
VARIABLE 1: MEJORA CONTINUA					
		Frecuenci	Porcentaj	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Bajo	35	43,8	43,8	43,8
	Medio	6	7,5	7,5	51,2
	Alto	39	48,8	48,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	



Interpretación: Según la Tabla 12, compuesta por la dimensión Mejora Continua. Obtuvimos los siguientes resultados del total de personas encuestadas: Un 43,85% del total de la población encuestada representado por 35 personas, fue baja con la variable Mejora Continua, a su vez, un 7,5% de la población que viene ser 6 personas, fue medio. Así mismo, un 48,8% de la población representado por 39 personas, fue alta con la variable Mejora Continua.

Tabla 13

VARIABLE 2: CALIDAD DE SERVICIO					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
		a	e	válido	acumulado
Válido	Bajo	35	43,8	43,8	43,8
	Medio	13	16,3	16,3	60,0
	Alto	32	40,0	40,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	



Interpretación: Según la Tabla 13, compuesta por la variable calidad de servicio. Obtuvimos los siguientes resultados del total de personas encuestadas: Un 43,8% del total de la población encuestada representado por 35 personas, fue baja con la variable calidad de servicio, a su vez, un 16,3% de la población que viene ser 13 personas, fue medio. Así mismo, un 40% de la población representado por 32 personas, fue alta con la variable calidad de servicio.

3.2 Análisis inferencial de resultados.

Prueba de Normalidad

Esta prueba se realizó de acuerdo a la base de datos organizados. Luego se determinó las hipótesis de trabajo, de la siguiente manera:

H₀: La distribución de datos muestrales es normal.

H₁: La distribución de datos muestrales no es normal.

Regla de decisión:

- a) Si Sig. $p <$ Sig. T = Rechaza H₀
- b) Si Sig. $p >$ Sig. T = Acepta H₀

Tabla 14

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
MEJORA CONTINUA	,325	80	,000	,681	80	,000
CALIDAD DE SERVICIO	,290	80	,000	,728	80	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Interpretación: Según la Tabla 14. Se puede observar que la muestra de estudio es mayor a 50, por lo que se asume la prueba de Kolmogorow – Smirnov, así mismo se comparó la significancia pre establecida de $T=0,05$, de acuerdo al 95% de nivel de confianza, con la significación determinada en la tabla de prueba de normalidad de 0.000 según la columna Sig., donde se observó que ésta es menor a 0.05 por lo que se rechaza la hipótesis nula H₀ y se acepta la hipótesis alterna H₁ como verdadera, es decir la muestra no tiene distribución normal. Por lo tanto el presente estudio es no paramétrico, por lo que se toma como estadístico de análisis de contrastación de hipótesis el Rho de spearman.

3.3 Contrastación y correlación de hipótesis

Tabla 15: Coeficientes de correlaciones

Coeficiente	Correlación
-1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0.00	No existe correlación alguna entre las variables.
+0.10	Correlación positiva muy débil.
+0.25	Correlación positiva débil.
+0.50	Correlación positiva media.
+0.75	Correlación positiva considerable.
+0.90	Correlación positiva muy fuerte.
+1.00	Correlación positiva perfecta.

Fuente: Hernández (2010, p.312).

La *tabla 15* nos ayudará a medir el nivel de correlación que existe entre las variables a analizar.

Contrastación de hipótesis general

Como la investigación es no paramétrica, se tomará el estadístico Rho de Spearman para probar la hipótesis de trabajo:

Hipótesis General

H.G: Existe relación entre la Mejora continua y la Calidad de Servicio de la empresa Overlandes S.A., distrito de Independencia, 2017.

H0: No existe relación entre la Mejora continua y la Calidad de Servicio de la empresa Overlandes S.A., distrito de Independencia, 2017.

H1: Si existe relación entre la Mejora continua y la Calidad de Servicio de la empresa Overlandes S.A., distrito de Independencia, 2017.

Nivel de sig.= 0,05, nivel aceptación= 95%, Z = +/- 1.96

Regla de Decisiones:

- Si la Sig. E < Sig. T, entonces se rechaza la hipótesis nula H0.
- Si la Sig. E > Sig. T, entonces se acepta la hipótesis nula H0.

Tabla 16: Tabla de correlaciones para probar la hipótesis del trabajo.

			MEJORA CONTINUA	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	MEJORA	Coeficiente de correlación	1,000	,470**
	CONTINUA	Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	CALIDAD DE	Coeficiente de correlación	,470**	1,000
	SERVICIO	Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 16, se aprecia una correlación Rho de Spearman de 0,470 para ambas variables la misma que ubicada en la Tabla 15 de correlación de Hernández (2010) es positiva débil.

Además la $Sig\ E = 0,000 < Sig\ T = 0,05$, entonces se rechaza la hipótesis nula **H0**, por lo tanto se acepta la hipótesis alterna **H1**, en consecuencia: **Existe relación entre la Mejora Continua y la Calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A., distrito de Independencia, 2017.**

Contrastación de hipótesis específicas

Hipótesis Específico 1:

H.E.1: Existe relación entre la planificación y la Calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A., Independencia, 2017.

H0: No existe relación entre la planificación y a Calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A., Independencia, 2017.

H1: No existe relación entre la planificación y la Calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A., Independencia, 2017.

Nivel de sig.= 0,05, nivel aceptación= 95%, $Z = +/- 1.96$

Regla de Decisiones:

- Si la $Sig. E < Sig. T$, entonces se rechaza la hipótesis nula.
- Si la $Sig. E > Sig. T$, entonces se acepta la hipótesis nula.

Tabla 17: Contrastación de hipótesis 1

		PLANIFICACION	CALIDAD DE
		N	SERVICIO
Rho de Spearman	PLANIFICACION	Coeficiente de correlación	1,000
		Sig. (bilateral)	,209
		N	,063
			80
	CALIDAD DE	Coeficiente de correlación	,209
	SERVICIO	Sig. (bilateral)	1,000
		N	,063
			80

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: De acuerdo a la *Tabla 17* se aprecia una correlación Rho de Spearman de 0,209 para la dimensión planificación y la variable Calidad de servicio la misma que ubicada en la *Tabla 15* de correlación de Hernández (2010) es positiva débil.

Además la Sig. E =0,063<Sig T= 0,05, entonces se acepta la hipótesis nula H0, en consecuencia: **No existe relación entre la dimensión planificación y la variable Calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A.**

Hipótesis Especifico 2:

H.E.2: Existe relación entre planificación y la Calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A., Independencia, 2017.

H0: No existe relación entre la planificación y la Calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A., Independencia, 2017.

H1: Existe relación significativa entre la planificación y la Calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A., Independencia, 2017.

Nivel de sig.= 0,05, nivel aceptación= 95%, Z = +/- 1.96.

Regla de Decisiones:

- Si la Sig. E < Sig. T, entonces se rechaza la hipótesis nula.
- Si la Sig. E > Sig. T, entonces se acepta la hipótesis nula.

Tabla 18: Contrastación de hipótesis 2

			LIDERAZGO	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	LIDERAZGO	Coeficiente de correlación	1,000	,436**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	,436**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 18, se aprecia una correlación Rho de Spearman de 0,436 para la dimensión Interactuar con el cliente y la variable Calidad de servicio la misma que ubicada en la Tabla 15 de correlación de Hernández (2010) es positiva débil.

Además la Sig. E = 0,000 < Sig. T = 0,05, entonces se rechaza la hipótesis nula (H₀), por lo tanto se acepta la hipótesis alterna (H₁), en consecuencia: **Existe relación entre la dimensión liderazgo y la variable Calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A.**

Hipótesis Especifico 3:

H.E 3: Existe relación significativa entre los procesos y la Calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A.

H₀: No existe relación entre los procesos y la Calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A., Independencia, 2017.

H1: Existe relación entre los procesos y la Calidad de la empresa Overlandes S.A., Independencia, 2017.

Nivel de sig.= 0,05, nivel aceptación= 95%, Z = +/- 1.96

Regla de Decisiones:

- Si la Sig. E < Sig. T, entonces se rechaza la hipótesis nula.
- Si la Sig. E > Sig. T, entonces se acepta la hipótesis nula.

Tabla 19: Contrastación de hipótesis 3

			PROCESOS	CALIDAD DE SERVICIO
Rho de Spearman	PROCESOS	Coeficiente de correlación	1,000	,760**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	80	80
	CALIDAD DE SERVICIO	Coeficiente de correlación	,760**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	80	80

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Interpretación: De acuerdo a la Tabla 19 se aprecia una correlación Rho de Spearman de 0,760 para la dimensión procesos y la variable Calidad de servicio la misma que ubicada en la Tabla 15 de correlación de Hernández (2010) es positiva considerable.

Además la Sig. E =0,000 < Sg T= 0,05, entonces se rechaza la hipótesis nula, por lo tanto se acepta la hipótesis alterna, en consecuencia: **Existe relación entre la dimensión procesos y la variable Calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A.**

IV. DISCUSION

4.2 Discusión por metodología:

El estudio presentado es de nivel correlacional, ya que se buscó determinar la relación que existe entre las variables de estudio las cuales son Mejora Continua y Calidad de Servicio, el tipo de investigación que se utilizó fue aplicada, ya que es posible su aplicación, el diseño fue no experimental de corte transversal.

Esta investigación tiene una igualdad en la metodología con la investigación realizada por Campusano (2014) en su tesis "Programa de calidad para mejorar la atención al cliente en la empresa de Transportes Interprovincial Consorcio Maleño, Lima-2014". Utilizó una metodología de tipo descriptivo-diseño de investigación es no experimental, se ubicó en el nivel de investigación correlacional.

Al tener estudios que utilizaron la misma metodología y que llegaron al mismo resultado de metodología, se puede considerar existe un índice muy alto de estudios de la relación mejora continua y la calidad de servicio.

4.3 Discusión por resultados

Los resultados obtenidos de forma estadística determinaron que existe relación entre ambas variables de estudio, mejora continua y calidad de servicio de la empresa Overlandes S.A – Independencia 2017.

Tomando en consideración uno de los resultados más resaltantes en la investigación que fue sobre la identificar al cliente tenemos: Según la Tabla N°6, compuesta por la dimensión uno de la investigación que es, identificar al cliente. Obtuvimos los siguientes resultados del total de personas encuestadas:

Un 61,3% del total de la población encuestada representado por 49 personas, manifestó que, está en desacuerdo con la dimensión planificar, a su vez, un 16,3% de la población que viene hacer 13 personas, manifestó estar ni de acuerdo ni en desacuerdo. Así mismo, un 22,5% de la población que viene hacer 18 personas, manifestó estar de acuerdo con la dimensión planificación. Con esto podemos decir que planificar es una estrategia que se tiene que aplicar la empresa para brindar una mejora en la calidad de servicio. Esta investigación tiene una

diferencia en los resultados con la investigación realizada por Castro (2007) en su tesis titulada “La calidad del servicio tercerizado en la banda ancha de telefonía del Perú SAA Lima”. Los resultados que se manifestaron son: El estudio de priorización de atributos, resulto en segundo lugar en instalaciones 15.89% y en tercer lugar en el caso de averías 13.83%. El nivel de satisfacción es de 55.29% e incremento respecto a la encuesta piloto 37.8%, así como sus motivos principales que “no hay información” 27.66%. Con los resultados obtenidos se puede observar que el proceso de atención a los clientes son de forma regular, mostrando que su calidad de atención al paciente no es la adecuado y presentando insatisfacción a los usuarios.

4.4 Discusión por conclusión

Según los resultados obtenidos en la parte estadística; se observa que la variable Mejora Continua guarda relación con la variable Calidad de servicio. Lo cual significa que la empresa debe seguir implementado herramientas de marketing para poder satisfacer las necesidades de los clientes, tomando en cuenta que en la mejora continua busca la satisfacción total para mantener fidelizados a los clientes; lo que requiere de un proyecto a largo plazo y reconocimiento a todas las partes involucradas en la creación e intercambio de valor.

El resultado obtenido tiene semejanza con la conclusión de la investigación realizada por Castro (2007) en su tesis “La calidad del servicio tercerizado en la banda ancha de telefonía del Perú SAA”. Se concluyó que esta investigación nos permite comprender que existe una relación entre las variables Mejora continua y Calidad de servicio. En tal sentido, el factor de inexperiencia si no es atendido con una capacitación rápida y efectiva puede afectar la calidad del servicio, así como el desarrollo del mismo. Los líderes o supervisor basado en las características, “se preocupa porque el grupo de trabajo se desarrolle” y “convoca al grupo a una meta común”. Las cuales están representadas por las convocatorias a capacitación en equipos terminales, así como por el cumplimiento con los objetivos mensuales, señalados por TDP.

4.5 Discusión por teorías relacionadas

Como bases teóricas de estudio se desarrollaron dos teorías relacionadas a las variables de investigación. Para la variable Mejora Continua se utilizó la teoría de Kaizen. La mejora continua es una filosofía japonesa que abarca todas las actividades del negocio, se le conceptualiza también como una estrategia de mejoramiento permanente; puede ser considerada como la llave del éxito competitivo. La teoría usada para la segunda variable fue La Calidad de Servicio donde se encuentra la teoría del Modelo Servqual.

“A partir de 1985 los autores Parasuraman, Zeithmal y Berry, desarrollan varios estudios cualitativos y cuantitativos que dan origen a la escala SERVQUAL; dicha escala mide la calidad de servicio mediante la diferencia entre la percepción y las expectativas de los clientes. El modelo SERVQUAL, también conocido como modelo PZB (iniciales de los apellidos de sus autores), postula que hay una serie de dimensiones o criterios distintos que subyacen a los juicios de los consumidores sobre la calidad de un servicio.”(Miranda, Chamorro, Rubio, 2007, p250)

V. CONCLUSIONES

En la presente investigación se llegó a las siguientes conclusiones:

1. Se determinó que se cumplió el objetivo general es decir la mejora continua tiene relación positiva moderada con la calidad de servicio, de 0.457 de acuerdo a la correlación hallada con el coeficiente de Spearman, toda vez que se demostró como verdadera la hipótesis correspondiente con una significancia de la prueba de 0.000.
2. Se determinó que se cumplió el primer objetivo específico es decir planificar tiene relación positiva baja con la calidad de servicio de la empresa, de 0.209 de acuerdo a la correlación hallada con el coeficiente de Spearman, toda vez que se demostró como verdadera la hipótesis correspondiente con una significancia de la prueba de 0.063.
3. Se determinó que se cumplió el segundo objetivo específico es decir el liderazgo tiene relación positiva moderada con la calidad de servicio la empresa, de 0.436 de acuerdo a la correlación hallada con el coeficiente de Spearman toda vez que se demostró como verdadera la hipótesis correspondiente con una significancia de la prueba de 0.000.
4. Se determinó que se cumplió el tercer objetivo específico es decir los procesos mantiene relación positiva moderada con la calidad de servicio de la empresa, de 0.760 de acuerdo a la correlación hallada con el coeficiente de Spearman toda vez que se demostró como verdadera la hipótesis correspondiente con una significancia de la prueba de 0.000.

VI. RECOMENDACIONES

1. De acuerdo a la primera conclusión se recomienda a la empresa contar con capacitaciones objetivas en donde se conozca de forma puntual los procesos que deben mejorarse o procesos que deban cambiarse, para ello se debe realizar las capacitaciones con las personas idóneas al tema a tratar.
2. Para la segunda conclusión se recomienda realizar y fomentar prácticas de gestión a cerca de reconocer planes de acción de acuerdo a las exigencias de los clientes; realizar reuniones en donde se conozcan los puntos claves a la hora de resolver reclamos que se presentan en la empresa.
3. De acuerdo a la tercera conclusión se recomienda el desarrollo del factor organización abierta y flexible, la cual consiste en fomentar periódicamente reuniones de trabajo en equipo, siendo necesario que formen parte de ello, la difusión de sus metas y objetivos, con el único fin de saber orientar a los clientes para así reducir el índice de reclamos por falta de información.
4. Para la cuarta conclusión se recomienda transmitir la cultura de la calidad del servicio considerando que es un incentivo viable puesto que también debe tener vocación para dicha función.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Anaya, J. (2007). Logística Integral. (3ª ed.). Madrid, España: Graficas Dehon.
- Bonilla, P. (2010). Mejora continua de los procesos. Perú: Fondo editorial.
- Berry, L., Parasuraman A. y Zeithaml, V. (2002). Calidad total en la gestión de servicio. Editorial Díaz de Santos. Madrid, España.
- Behar, D. (2008). Metodología de la investigación. Colombia: Shalom.
- Bernal, García & Ramírez (2012). Productividad y Desarrollo. (1ª. ed.). México: Instituto Tecnológico de Sonora. ISBN: 978-607-442-523-9.
- Bernal (2010). Metodología de la investigación administración, economía, humanidades y ciencias sociales. (3ra.ed.). México; Pearson educación ISBN: 978-958-699-128-5
- Deming, E. (1989). *Calidad, Productividad y Competitividad*. Estados Unidos: Ediciones Díaz de Santos
- Fernández, R. (2010). La mejora de la productividad en la pequeña y mediana empresa .Ecuador: Club Universitario.
- Gonzales, M., Chamorro, M. y Rubio, L. (2007). Introducción a la Gestión de la Calidad. Madrid, España: Jacarayan.
- Gutiérrez, H. (2010). Calidad Total y Productividad. (3ª ed.). México: Mc Graw Hill.
- Herrera, J. y Arzola, M. (2007). Análisis de los Diferentes Métodos de Mejora Continua Madrid, España: Ecoe ediciones.
- Hernández, J. (2013). "El Liderazgo Organizacional: Una Aproximación desde la Perspectiva Etológica" (Tesis). Universidad del Rosario.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación (5ª. ed.). México D.F.: MC GRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. ISBN: 978-607-15-0291-9.

- Hernández, S. (2011). *Introducción a la Administración*. (5 ed.). México D.F.: MC GRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V. ISBN: 978-607-15-0617-7.
- Jimeno Bernal, J. (2013). *Ciclo PDCA (Planificar, Hacer, Verificar y Actuar): El círculo de Deming de mejora continua*. Obtenido de <http://www.pdcahome.com/5202/ciclo-pdca/>.
- Martínez, J. (2011). *Estrategias de calidad de servicio para mejorar la atención al cliente del gran terminal terrestre Plaza Norte*. (Tesis de licenciatura, Universidad Cesar Vallejo). (Acceso el 18 de septiembre)
- Pérez, V. (2007). *Calidad total en la atención al cliente. Pautas para garantizar la excelencia en el servicio*. España, Madrid. Ideas propias Editorial.
- Román Lara, C. (2009). *Como incrementar la calidad en los servicios de una empresa aplicando procesos y procedimientos de mejora continua*. (Tesis de maestría, 89 Universidad Vasco de Quiroga). Recuperada de <http://uvaq.dspace.escire.net/bitstream/handle/123456789/28200/Claudio%20Rom%C3%A1n%20Lara.pdf?sequence=1>
- Suarez Villalba, R. (2012). *Plan de mejora continua del sistema de calidad existente en el área de servicio automotriz de Casa Baca S.A.* (Tesis de maestría, Universidad Técnica Particular de Loja). Recuperada de <http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/436/1/TesisRaulVillalba.pdf>
- Torres Vásquez, D. (2013). *Propuesta de Mejora Continua del Sistema de Gestión de la Calidad del Centro de Educación en Salud "Cedes"*. (Tesis de Licenciatura, Escuela de Ingeniería Industrial, Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín). (Acceso el 17 de septiembre de 2014)
- Velasco, J. (2010) *Gestión de la Calidad, Mejora Continua y Sistemas de Gestión*. España. Editorial Pirámide.

ANEXOS

ANEXO 2: Instrumento de recolección

CUESTIONARIO

Estimado(o) cliente(a):

El presente cuestionario es de carácter anónimo, por lo cual se solicita marcar con mayor sinceridad posible con una X el casillero en blanco que corresponda a la pregunta.

Agradeciéndole de antemano su colaboración.

Muy Insatisfecho=1	Insatisfecho=2	Ni Satisfecho ni insatisfecho=3	Satisfecho=4	Muy satisfecho=5
--------------------	----------------	---------------------------------	--------------	------------------

PREGUNTAS		1	2	3	4	5
1	¿Considera usted que la atención en la plataforma es de manera ordenada?					
2	¿Considera usted que la empresa debería evaluar constantemente la satisfacción de los usuarios?					
3	¿Considera usted que la empresa hace evaluaciones del desempeño de los trabajadores?					
4	¿Considera usted que el personal muestra responsabilidad en su trabajo?					
5	¿Considera usted que el personal trabaja en conjunto para brindar una mejor atención?					
6	¿Considera usted que el personal toma en cuenta sus sugerencias?					
7	¿Considera usted que la empresa cuenta con cantidad adecuada de personal para la atención del público?					
8	¿Considera usted que es suficiente el horario de atención de la empresa?					
9	¿Considera usted que la empresa debe de atender todo tipo de trámite del usuario?					
10	¿Considera usted que la empresa respeta los plazos de atención de sus trámites?					
11	¿Considera usted que la empresa cuenta con equipos modernos de trabajo?					
12	¿Considera usted que el personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo?					
13	¿Considera usted que el ambiente es cómodo y agradable para la atención del público?					
14	¿Considera usted que el personal muestra una imagen de honestidad?					
15	¿Considera usted que el personal conoce bien su trabajo?					
16	¿Considera usted que el personal es totalmente calificado para las funciones que realiza?					
17	¿Considera usted que el personal lo atiende de manera rápida y ágil?					
18	¿Considera usted que la empresa se preocupa por brindarle la solución inmediata?					
19	¿Considera usted que la empresa brinda la disposición del libro de reclamaciones?					
20	¿Considera usted que la empresa es accesible a sus reclamos presentados?					

Gracias por su colaboración

CERTIFICADO DE SIMILITUD DE TURNITIN

https://ev.turnitin.com/app/carta/es/?u=1063735281&is=1&co=8958943708&lang=es

feedback studio carla flores | MEJORA CONTINUA Y CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA OVERLANDES SA INDEPENDENCIA 2017

Resumen de coincidencias

25 %

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias

1	repositorio.autonoma.e...	6 %
2	www.tesis.uchile.cl	2 %
3	cybertesis.unmsm.edu...	2 %
4	es.slideshare.net	2 %
5	www.osiptel.gob.pe	1 %
6	Entregado a Universida...	1 %
7	repositorio.unsaac.edu...	1 %
8	Entregado a Carlos Tes...	1 %

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"Mejora Continua y Calidad de Servicio de la empresa Overlandes S.A., distrito de Independencia, 2017"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA
FLORES FERNANDEZ, CARLA JOHANA

ASESOR
Mg. BALDARRAGO BALDARRAGO, JORGE LUIS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN
MARKETING
LIMA - PERÚ
AÑO 2017

Página: 1 de 56 | Número de palabras: 11432

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: **Mejora continua y la calidad de servicio de la Empresa Overlandes SAC - Independencia, 2017.**

Apellidos y nombres del investigador: **Carla Johana Flores Fernandez**

Apellidos y nombres del experto: **Dr. PEDRO COSME CASTILLO**

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA DE LIKERT	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
M E J O R A C O N T I N U A	Planificación	Organización	1. ¿Considera usted que la atención en la plataforma es de manera ordenada?	Muy satisfecho Satisfecho Ni satisfecho ni insatisfecho Insatisfecho Muy insatisfecho	<input checked="" type="checkbox"/>			
			2. ¿Considera usted que la empresa debería evaluar constantemente la satisfacción de los usuarios?					
			3. ¿Considera usted que la empresa hace evaluaciones del desempeño de los trabajadores?					
	Liderazgo	Actitudes y valores	4. ¿Considera usted que el personal muestra responsabilidad en su trabajo?					
			Trabajo en equipo					5. ¿Considera usted que el personal trabaja en conjunto para brindar una mejor atención?
								6. ¿Considera usted que el personal toma en cuenta sus sugerencias?
	Procesos	Atención	Consideración					7. ¿Considera usted que la empresa cuenta con cantidad adecuada de personal para la atención del público?
								8. ¿Considera usted que es suficiente el horario de atención de la empresa?
								9. ¿Considera usted que la empresa debe de atender todo tipo de trámite del usuario?
								10. ¿Considera usted que la empresa respeta los plazos de atención de sus trámites?
Firma del experto			Fecha: <u>26/06/17</u>					

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: **Mejora continua y la calidad de servicio de la Empresa Overlandes S.A.C - Independencia 2017.**

Apellidos y nombres del investigador: **Carla Johana Flores Fernandez**

Apellidos y nombres del experto: **DA. PEDRO DOMINGA C.**

ASPECTO POR EVALUAR				OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA DE LIKERT	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
C A L I D A D D E S E R V I C I O	Elementos tangibles	Recursos y tecnología	1. ¿Considera usted que la empresa cuenta con equipos modernos de trabajo?	Muy satisfecho Satisfecho Ni satisfecho ni insatisfecho Insatisfecho Muy insatisfecho	✓		
			2. ¿Considera usted que el personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo?				
	Seguridad	Instalaciones físicas	3. ¿Considera usted que el ambiente es cómodo y agradable para la atención del público?				
			4. ¿Considera usted que el personal muestra una imagen de honestidad?				
			5. ¿Considera usted que el personal conoce bien su trabajo?				
	Capacidad de respuesta	Profesionalismo	6. ¿Considera usted que el personal es totalmente calificado para las funciones que realiza?				
			7. ¿Considera usted que el personal lo atiende de manera rápida y ágil?				
	Accesibilidad	Soluciones	8. ¿Considera usted que la empresa se preocupa por brindarle la solución inmediata?				
			9. ¿Considera usted que la empresa brinda la disposición del libro de reclamaciones?				
			10. ¿Considera usted que la empresa es accesible a sus reclamos presentados?				
Firma del experto							
Fecha 26/06/17							


Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: **Mejora continua y la calidad de servicio de la Empresa Overlandes SAC - Independencia, 2017.**

Apellidos y nombres del investigador: **Carla Johana Flores Fernandez**

Apellidos y nombres del experto: **Dr. CESAR AUGUSTO LEÓN ESPINOZA**

ASPECTO POR EVALUAR					OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA DE LIKERT	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
M E J O R A C O N T I N U A	Planificación	Organización	1. ¿Considera usted que la atención en la plataforma es de manera ordenada?	Muy satisfecho	/			
			2. ¿Considera usted que la empresa debería evaluar constantemente la satisfacción de los usuarios?					
			3. ¿Considera usted que la empresa hace evaluaciones del desempeño de los trabajadores?					
	Liderazgo		4. ¿Considera usted que el personal muestra responsabilidad en su trabajo?	Ni satisfecho ni insatisfecho	/			
			5. ¿Considera usted que el personal trabaja en conjunto para brindar una mejor atención?					
			6. ¿Considera usted que el personal toma en cuenta sus sugerencias?					
	Procesos	Atención		7. ¿Considera usted que la empresa cuenta con cantidad adecuada de personal para la atención del público?	Insatisfecho	/		
				8. ¿Considera usted que es suficiente el horario de atención de la empresa?				
		Tramites		9. ¿Considera usted que la empresa debe de atender todo tipo de trámite del usuario?	Muy insatisfecho	/		
				10. ¿Considera usted que la empresa respeta los plazos de atención de sus tramites?				
Firma del experto								
			Fecha 26/08/17					

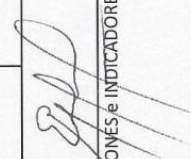
Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Mejora continua y la calidad de servicio de la Empresa Overlandes S.A.C - Independencia 2017.							
Apellidos y nombres del investigador: Carla Johana Flores Fernandez							
Apellidos y nombres del experto: Dr. <u>ESSNER AUGUSTO ESPINOZA</u>							
ASPECTO POR EVALUAR			OPINIÓN DEL EXPERTO				
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA DE LIKERT	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
C A L I D A D E S E R V I C I O	Elementos tangibles	Recursos y tecnología	1. ¿Considera usted que la empresa cuenta con equipos modernos de trabajo?	Muy satisfecho Satisfecho Ni satisfecho ni insatisfecho Insatisfecho Muy insatisfecho	<input checked="" type="checkbox"/>		
			2. ¿Considera usted que el personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo?				
	Seguridad	Instalaciones físicas	3. ¿Considera usted que el ambiente es cómodo y agradable para la atención del público?				
			4. ¿Considera usted que el personal muestra una imagen de honestidad?				
			5. ¿Considera usted que el personal conoce bien su trabajo?				
	Capacidad de respuesta	Profesionalismo	6. ¿Considera usted que el personal es totalmente calificado para las funciones que realiza?				
			7. ¿Considera usted que el personal lo atiende de manera rápida y ágil?				
			8. ¿Considera usted que la empresa se preocupa por brindarle la solución inmediata?				
			9. ¿Considera usted que la empresa brinda la disposición del libro de reclamaciones?				
			10. ¿Considera usted que la empresa es accesible a sus reclamos presentados?				
Firma del experto			Fecha				

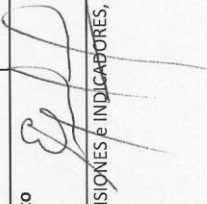
Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Mejora continua y la calidad de servicio de la Empresa Overlandes S.A.C - Independencia 2017.							
Apellidos y nombres del investigador: Carla Johana Flores Fernandez							
Apellidos y nombres del experto: EDWIN ARCE ALVAREZ							
ASPECTO POR EVALUAR							
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM /PREGUNTA	ESCALA DE LIKERT	OPINIÓN DEL EXPERTO		
				SI CUMPLE	NO CUMPLE		
					OBSERVACIONES / SUGERENCIAS		
C A L I D A D E S E R V I C I O	Elementos tangibles	Recursos y tecnología	1. ¿Considera usted que la empresa cuenta con equipos modernos de trabajo?	/			
			2. ¿Considera usted que el personal cuenta con recursos materiales suficientes para llevar a cabo su trabajo?	/			
		Instalaciones físicas	3. ¿Considera usted que el ambiente es cómodo y agradable para la atención del público?	/			
			4. ¿Considera usted que el personal muestra una imagen de honestidad?	/			
			5. ¿Considera usted que el personal conoce bien su trabajo?	/			
	Seguridad	Confianza	6. ¿Considera usted que el personal es totalmente calificado para las funciones que realiza?	/			
			7. ¿Considera usted que el personal lo atiende de manera rápida y ágil?	/			
		Credibilidad	Soluciones	8. ¿Considera usted que la empresa se preocupa por brindarle la solución inmediata?	/		
			Accesibilidad	9. ¿Considera usted que la empresa brinda la disposición del libro de reclamaciones?	/		
				10. ¿Considera usted que la empresa es accesible a sus reclamos presentados?	/		
Firma del experto 				Fecha 20/6/2017			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Mejora continua y la calidad de servicio de la Empresa Overlandes SAC - Independencia, 2017.						
Apellidos y nombres del investigador: Carla Johana Flores Fernandez						
Apellidos y nombres del experto: EDWIN ANGE ALVA VEZ						
ASPECTO POR EVALUAR						
VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM / PREGUNTA	ESCALA DE LIKERT	SI CUMPLE	NO CUMPLE
M E J O R A C O N T I N U A	Planificación	Organización	1. ¿Considera usted que la atención en la plataforma es de manera ordenada?	Muy satisfecho Satisfecho Ni satisfecho ni insatisfecho Insatisfecho Muy insatisfecho	/	
			2. ¿Considera usted que la empresa debería evaluar constantemente la satisfacción de los usuarios?			
		Evaluación	3. ¿Considera usted que la empresa hace evaluaciones del desempeño de los trabajadores?			
	Actitudes y valores		4. ¿Considera usted que el personal muestra responsabilidad en su trabajo?			
		Liderazgo	Trabajo en equipo			
	Consideración					
		Procesos	Atención			
	Tramites					
			10. ¿Considera usted que la empresa respeta los plazos de atención de sus tramites?			
Firma del experto			Fecha 22/06/2017			

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES, solo si proceden, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.



**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD
DE TESIS**

Código : F06-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 27-11-2017
Página : 1 de 2

Yo, Mg. BALDARRAGO BALDARRAGO JORGE LUIS, docente de la Facultad de Ciencias Empresariales y Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo de Lima Norte, revisor(a) de la tesis titulada "MEJORA CONTINUA Y CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA OVERLANDES S.A., DISTRITO INDEPENDENCIA, 2017", de la estudiante FLORES FERNANDEZ CARLA JOHANA, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 25% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó 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.



Los Olivos, 27 de noviembre del 2017.

Baldarrago B

Firma

Mg. BALDARRAGO BALDARRAGO JORGE LUIS

DNI: 44727169

ASESOR DEL ÁREA DE INVESTIGACIÓN

DE LA ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	---	--------	-----------

Resumen de coincidencias

25%

Se están viendo fuentes estándar

Ver fuentes en inglés (Beta)

Coincidencias	Porcentaje
1 repositorio.autonoma.e... Fuente de Internet	6%
2 www.tesis.uchile.cl Fuente de Internet	2%
3 cybertesis.unism.edu... Fuente de Internet	2%
4 es.slideshare.net Fuente de Internet	2%
5 www.osiprel.gob.pe Fuente de Internet	1%
6 Entregado a Universida... Trabajo del estudiante	1%
7 repositorio.unsaac.edu... Fuente de Internet	1%
8 Entregado a Carlos Tes... Trabajo del estudiante	1%



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

"Mejora Continua y Calidad de Servicio de la empresa Overlandes S.A.,
distrito de Independencia, 2017"

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA

FLORES FERNANDEZ, CARLA JOHANA

ASESOR

Mg. BALDARRAGO BALDARRAGO, JORGE LUIS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA - PERU

AÑO 2017



Baldarrago B




**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE
TESIS EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL
UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 07
Fecha : 27-11-2017
Página : 1 de 1

Yo, CARLA JOHANA FLORES FERNANDEZ, identificado con DNI N° 47046261, egresado de la Escuela Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo, autorizo (X), No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "MEJORA CONTINUA Y CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA OVERLANDES S.A., DISTRITO INDEPENDENCIA, 2017"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:



.....

.....


.....

.....

.....

.....

.....


FIRMA

DNI: 47046261

FECHA: 17 de Julio del 2018

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Representante de la Dirección / Vicerrectorado de Investigación y Calidad	Aprobó	Rectorado
---------	----------------------------	--------	--	--------	-----------



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“MEJORA CONTINUA Y CALIDAD DE SERVICIO DE LA EMPRESA
OVERLANDES S.A., DISTRITO DE INDEPENDENCIA, 2017”

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN



AUTORA

FLORES FERNANDEZ, CARLA JOHANA

ASESOR

Mg. BALDÁRRAGO BALDÁRRAGO, JORGE LUIS

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING

LIMA – PERÚ

2017